



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
POSGRAP – PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA**

VANESSA MODESTO DOS SANTOS

**CORES, CHEIROS, SONS, SABERES E FAZERES: FEIRA DE
LAGARTO/SE:**



**SÃO CRISTÓVÃO/SE
2018**

VANESSA MODESTO DOS SANTOS

**CORES, CHEIROS, SONS, SABERES E FAZERES: FEIRA DE
LAGARTO/SE**

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Geografia da Universidade Federal de Sergipe – PPGeo/UFS – para o desenvolvimento da pesquisa de mestrado sob a orientação da Prof.^a Dr.^a Sônia de Souza Mendonça Menezes.

**Cidade Universitária Professor José Aloísio Campos
São Cristóvão/SE 2018**

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA CENTRAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE

S237c Santos, Vanessa Modesto dos
Cores, cheiros, sons, saberes e fazeres: feira de Lagarto/SE / Vanessa Modesto dos Santos; orientadora Sônia de Souza Mendonça Menezes. – São Cristóvão, 2018.
139 f. : il.

Dissertação (mestrado em Geografia) – Universidade Federal de Sergipe, 2018.

1. Geografia humana. 2. Geografia econômica. 3. Feiras livres – Lagarto (SE). 4. Territorialidade humana. 5. Sociabilidade. 6. Identidade social. I. Menezes, Sônia de Souza Mendonça, orient. II. Título.

CDU 911.3:339.177:392.73(813.7)

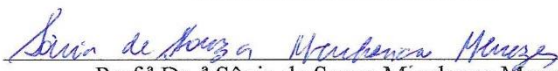
VANESSA MODESTO DOS SANTOS

**CORES, CHEIROS, SONS, SABERES E FAZERES: FEIRA DE
LAGARTO/SE**

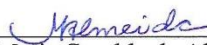
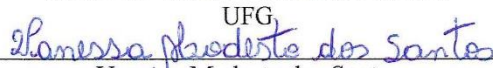
Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de
Pósgraduação em Geografia, Universidade Federal de
Sergipe – PPGEU/UFS como pré-requisito para obtenção
do título de Mestre em Geografia, sob a orientação da
Prof.^a Dr.^a Sônia de Souza Mendonça Menezes.

Data da aprovação: 03 / 04 / 2018

BANCA EXAMINADORA


Prof.^a Dr.^a Sônia de Souza Mendonça Menezes
Orientadora


Prof.^a Dr.^a Andrea Maria Narciso Rocha de Paula
DPCS/UNIMONTES


Prof.^a Dr.^a Maria Geralda de Almeida
UFG

Vanessa Modesto dos Santos
Candidata

*Aos meus pais, Raimundo e Rivanda, aos
meus irmãos Valquíria e Leonardo, In
memorian do meu avô José minha base e
meus incentivadores.*

AGRADECIMENTOS

O processo de construção de um trabalho científico, exige comprometimento, dedicação e renúncias. É um período em que devemos nos dedicar bastante para alcançar um objetivo final, a construção da dissertação.

E no trilhar desse árduo e longo caminho, precisamos renovar as nossas forças, conseguir ânimo e seguir em frente, para isso nessa trajetória, nos deparamos com aqueles que foram essenciais para que o trabalho fosse concluído.

A Deus, por ter me possibilitado realizar mais um sonho, sem Ele nada seria possível, Ele que é o autor da vida, e fonte das minhas forças, que com seu amor derramou os seus dons sobre mim e me possibilitaram permanecer firme até o fim de mais essa trajetória.

Aos meus pais, Raimundo e Rivanda que sempre fizeram dos meus sonhos seus, sempre me apoiaram e me incentivaram. Durante toda a minha vida espelho-me em seu exemplo de luta para superar todas as dificuldades encontradas pelo caminho, agradeço por não me deixarem desistir dos meus sonhos, por sempre acreditarem em mim.

A meus irmãos Valquíria e Leonardo, por estarem presentes e me acolherem nos meus momentos de angústia e incertezas. O amor e as palavras de incentivo de vocês foram importantes para que eu sentisse o desejo de continuar.

Ao meu avô José *in memoriam*, por todas as histórias contadas, as vezes repetidas mais que sempre ouvia atentamente, e que me fizeram entender que a vida é apenas um sopro, e que por isso devemos vive-la com intensidade.

A minha orientadora, Prof.^a Dr.^a Sônia de Souza Mendonça Menezes, pela confiança, insistência para que eu fizesse a seleção de mestrado, paciência, conhecimento partilhado, e pelas relações de amizade e proximidade que foram construídas desde a graduação e a orientação de mestrado. Seus ensinamentos e conselhos foram de suma importância para meu crescimento, pessoal, acadêmico e profissional.

Ao GRUPAM - Grupo de Pesquisas sobre Alimentos e Manifestações Culturais Tradicionais, pela possibilidade de ampliar o conhecimento, por meio das discussões teóricas, por todas experiências compartilhadas resultantes das pesquisas, participação em eventos acadêmicos, e por todos os momentos de convivência em que partilhávamos saberes e sabores, cada encontro possibilitou um novo aprendizado.

A Robertta e Leticia, por todo apoio durante o processo de seleção de mestrado e durante a construção da dissertação, leitura e suporte técnico. A Hebert e Riclaúdio por sua disponibilidade, produção e orientação do conteúdo cartográfico.

A Claudionete, que com seus conselhos e experiência sempre me ajudou a trilhar esse caminho, por todo seu cuidado, atenção e preocupação.

A meninas da residência F34 por me acolherem em sua casa, no momento em que mais precisei. Heloisa muito obrigada por seu carinho e cuidado.

A Isabela e seu Zizi por mergulharem na minha pesquisa, por me ajudarem no deslocamento até a feira durante a madrugada.

A banca examinadora desta dissertação de Mestrado, Dr.^a Maria Geralda de Almeida e Prof.^a Dr.^a Andréa Maria Narciso Rocha de Paula, pelo norteamento desse estudo e pela disponibilidade. A Prof.^a Dr.^a Maria Augusta Mundim Vargas, por todas as contribuições e indicações na construção da pesquisa.

Ao Programa de Pós-graduação em Geografia – PPGeo, especialmente ao conjunto técnico e administrativo, pela atenção que sempre mantiveram, e aos professores, sempre compromissados na construção e compartilhamento do conhecimento.

Ao corpo docente do Departamento de Geografia da Universidade Federal de Sergipe – DGE/UFS, pelas contribuições na minha formação docente e pela amizade conservada desde a graduação.

Aos feirantes e fregueses que frequentam a feira da cidade de Lagarto, por todos os saberes, experiências compartilhadas e pela recepção em seus locais de trabalho, em meio da correria de um dia de feira, sempre alicerçadas na confiança, gentileza e simplicidade.

MUITO OBRIGADA!!!

RESUMO

As feiras são representações das formas mais antigas de comercialização de produtos, conformando um local com particularidades e espacialidades, repleto de cores, sons, cheiros, movimentos e vínculos socioculturais. A geograficidade das feiras na região Nordeste está permeada de peculiaridades, sendo possível encontrar em seu território produtos de diversas origens. Sua periodicidade associa-se à organização de cada localidade, geralmente acontecendo em dias alternados nos espaços circunvizinhos. Os moradores de comunidades mais distantes se deslocam para comercializar o fruto de sua produção, bem como adquirir produtos de que necessitam para a sua sobrevivência. Neste trabalho tomamos como recorte espacial o município de Lagarto/SE, localizado na microrregião Centro-sul do estado, com o objetivo de compreender a dinâmica social, cultural e econômica das feiras realizadas na cidade de Lagarto/SE. Nesse município observamos que a feira acontece aos domingos, segunda-feira, quinta-feira e sábado e encontra-se enraizada na identidade da população que demanda produtos agrícolas, alimentos tradicionais, carnes, vestimentas, calçados, animais vivos e produtos industrializados, além de bens de consumo diversos. A metodologia utilizada é de caráter qualitativo e baseia-se em revisão da literatura e pesquisas *in loco* – com as quais realizamos entrevistas semiestruturadas com os feirantes e consumidores, utilizando o diário de campo como ferramenta de auxílio ao pesquisador para posteriormente realizar as análises das informações obtidas para a organização da dissertação. A configuração do espaço de comercialização da feira está inserida no mercado do setor informal, e suas relações estão fundamentadas, principalmente, no uso do dinheiro líquido, indispensável para a reprodução social e econômica dos grupos familiares ali inseridos. Para além de espaço comercial, as feiras conformam um lugar do encontro, da troca, um território marcado pela mistura de cores, sons, cheiros, sabores, saberes, signos e significados, e da diversidade de ações, funções e atividades. É comum constatar na rede de atores em questão as relações de poder, sobretudo a partir dos fiscais e guardas municipais que o exercem no sentido de delimitar os microterritórios dos feirantes, e, por vezes, envolvem-se em conflitos resolvidos no local. Porém, em contraposição a essa característica, evidenciamos a constituição e o fortalecimento das relações de sociabilidade e de proximidade entre os grupos de feirantes, bem como entre os feirantes e os consumidores, relações essas permeadas pela confiança, de modo que, no ato de “fazer a feira”, vão se conformando vínculos de amizade. O dia da feira constitui não somente um encontro eminentemente econômico, mas, um dia diferenciado no qual são partilhadas experiências, saberes e fazeres e fortalecidas as redes de sociabilidades.

Palavras-chave: Etnogeografia; Feira; Território; Saberes; Fazeres; Sociabilidades; Identidade.

ABSTRACT

The fairs are representations of the oldest forms of commercialization of products, conforming a place with particularities and spatialities, replete of colors, sounds, smells, movements and sociocultural links. The geography of the fairs in the Northeast region is permeated by peculiarities, being possible to find in its territory products of diverse origins. Their periodicity is associated with their organization from each place it usually happens on alternate days in the surrounding space. The residents of more distant communities move to commercialize the fruit of their production as well as buy products they need for their survival. In this work we took as spatial indentation the city of Lagarto/SE which is located in the south-central region of the state, in order to understand the social, cultural and economic dynamics of the fairs held at Lagarto/SE. In this city we observed that the fair happens on Sundays, Mondays, Thursdays and Saturdays and it is rooted in population identity who demand agricultural products, traditional food, meat, clothing, footwear, live animals and industrialized products, in addition to assets of miscellaneous consumption. The used methodology is of qualitative feature and it is based on review of literature and research in loco - which we perform semi-structured interview with marketers and consumers, using the field diary as an auxiliary tool for the researcher to perform later the analysis to obtain information for the organization of the dissertation. The configuration of the market space of the fair is inserted in the market of the informal sector, and its relations are based, mainly, on the use of the liquid money, indispensable for the social and economic reproduction of the inserted family groups. In addition to commercial space, the fairs are a place of encounter, exchange, a territory marked by a mixture of colors, sounds, smells, tastes, signs and meanings, and the diversity of actions, functions and activities. It is common to see in the network of actors in question the relations of power, especially from the municipal inspectors and guards who exert it in the sense of delimiting the microterritories of the marketers, and sometimes they get involved in conflicts solved in the place. However, in contrast to this characteristic, we have demonstrated the constitution and strengthening of relations of sociability and proximity between the groups of marketers, as well as between marketers and consumers, relations permeated by trust, so that in the act of "make the fair", bonds of friendship are becoming established. The day of the fair is not only an eminently economic meeting, but a differentiated day in which experiences, knowledge and actions are shared and social networks are strengthened.

Keywords: Ethnogeography; Fair; Territory; Knowing; Producing; Sociabilities.

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

A.C. – Antes de Cristo

AGES - Faculdade de Ciências Humanas e Sociais

CEASA - Centrais Estaduais de Abastecimento

CI – Circuito Inferior da economia urbana

FJAV – Faculdade José Augusto Vieira

GRUPAM – Grupo de Estudos e Pesquisa sobre Alimentos e Manifestações Tradicionais

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IFS – Instituto Federal de Sergipe

PPGEO – Programa de Pós-Graduação em Geografia

PRONAF – Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar

UFS – Universidade Federal de Sergipe

UNIT – Universidade Tiradentes

LISTA DE MAPAS

Mapa 01 – Localização do município de Lagarto/SE.....	50
Mapa 02 – Localização dos mercados na feira	74

LISTA DE FIGURAS

Figura 01: Tela - A Feira Nordestina - J. Miguel	17
Figura 02: Tela - Feira Nordestina - Militão dos Santos	28
Figura 03: Tela - Feira livre – Aécio	48
Figura 04: Tela - Feira - Edmar Fernandes	72
Figura 05: Tela: Feira Nordestina – Rosangela Borges.....	95

LISTA DE FOTOS

Foto 1 e 2 : Animais vivos na feira e artesanatos de palha, feira de Lagarto/SE.....	38
Foto 3: Representação da banca de feira sergipana – Museu da Gente Sergipana – Aracaju/SE.....	43
Figura 4: Plantação de Fumo associado ao cultivo da Mandioca Lagarto/ SE.....	53
Foto 5: Fumo comercializado em rolo na feira - Lagarto/ SE.	53
Foto 6: Feira Agroecológica no Povoado Colônia Treze - Lagarto/ SE.....	54
Foto 7: Estacionamento dos ônibus – Lagarto/SE.....	56
Foto 8: Feira de Lagarto na década de 1960.....	58
Foto 9: Interior de boxe de comercialização situado no mercado – Lagarto/SE.	59
Foto 10: Mercado Público José Correia Sobrinho - Lagarto/SE	60
Foto 11: Feirante organizando barraca – Lagarto/SE.....	64
Fotos 12 e 13: Caminhão descarregando caixas, e barracas sendo montadas - Lagarto/SE.....	64
Figura 14 e 15: Barracas enfileiradas - Lagarto/SE.....	66
Fotos 16 e 17: Cadernos para anotações de venda fiado.	69
Foto 18: Nova forma de pagamento - Lagarto/SE.....	70
Foto 19: Mercado da banana - Lagarto/SE.....	75
Foto 20: Lado esquerdo do mercado da banana. Foto 21: Lado direito do mercado da banana.....	76
Foto 22: Roupas expostas em barraca na feira - Lagarto/SE.....	77
Fotos 23 - 24 - 25 e 26: Produtos importados, utilidades e acessórios na feira - Lagarto.	80
Foto 27: Carro de propagandas.....	81
Foto 28: Feira das trocas.....	82
Foto 29: Consumidor/feirante da feira das trocas.....	83

Figura 30: Vendedor ambulante de temperos in natura e industrializados.....	84
Foto 31:: Box de comercialização de carne bovina.....	84
Fotos 32 e 33: Veículos usados para o transporte do gado.....	87
Fotos 34 e 35: Homens usando o cavalo como meio de transporte.....	87
Fotos 36 e 37: Homens reunidos analisando os animais.	88
Foto 38: Feirante de gado bovino, com varinha para tocar os animais	88
Foto 39: Aves comercializadas na feira Foto 40: Ovos das aves comercializados por mulheres	89
Fotos 41 e 42: Crianças acompanhada dos pais observando os animais.	91
Fotos 43 e 44: Barracas destinadas à venda de utensílios para os animais.....	93
Foto 45: Idosos observando o gado pelo lado de fora do parque de exposições.	94
Foto 46: Exposição dos alimentos tradicionais na barraca.....	99
Foto 47: Grupo familiar que atua na produção e venda de alimentos tradicionais na feira.....	100
Foto 48: Alimentos tradicionais – bolo de ovos, pé de moleque, cocada de coco e bolacha de goma comercializados na feira.....	100
Foto 49: Barraca destinada a comercialização de derivados de leite.....	101
Foto 50: Vendedor ambulante de queijo na feira de Lagarto/SE.....	102
Foto 51: Barraca de pastéis.....	102
Foto 52: Bagaço de cana (lixo), barraca de pastel e caldo de cana.	103
Fotos 53 e 54: Barracas de venda bolachas e biscoitos.	104
Foto 55: Biscoitos de padarias.....	104
Fotos 56 e 57: Doce de pimenta e ginete.....	105
Foto 58: Preparação do churrasco comercializado na feira.	106
Foto 59: Barracas destinada a comercialização de comida de feira	107

Foto 60: Milho comercializado na feira – Lagarto/SE.	114
Foto 61: Artigos confeccionados em palha.	115
Foto 62: Sandálias de couro expostas sob uma arupemba.....	116
Foto 63: Fogos na feira de Lagarto.....	117
Fotos 64 e 65: Artesanato de barro.....	119
Foto 66 : Potes, pratos e moringas de barro	Foto 67: Cofres confeccionados em barro 120

SÚMARIO

INTRODUÇÃO	17
1.1- A feira e suas indagações geográficas: aspectos metodológicos	19
1.2- Entre bancas, feirantes e fregueses: o percurso da compreensão	23
CAPÍTULO 02 – DOS MERCADOS AS FEIRAS: CONTRIBUIÇÕES TEÓRICAS.....	28
2.1- As feiras no Brasil: herança cultural portuguesa.....	33
2.2- Das feiras de gado à diversidade de produtos: feiras na região Nordeste	35
2.3- Trajetória das feiras em Sergipe.....	39
2.4- Feiras: território de comercialização e dos laços de sociabilidade.....	43
CAPÍTULO 03 – LAGARTO: HISTÓRIA, MUDANÇAS, PERMANÊNCIAS E IDENTIDADES NO TERRITÓRIO DA FEIRA	48
3.1- Lagarto: princípios da ocupação, economia e tradições culturais	49
3.2- Feira de Lagarto: dos primórdios aos dias atuais	58
3.3- Identidades no território da feira do município de Lagarto/SE	63
3.4- Laços de confiança e vínculos de sociabilidade no território da feira de Lagarto.....	68
CAPÍTULO 04 – EXPLORANDO O TERRITÓRIO DA FEIRA E A DIVERSIDADE DE PRODUTOS.....	72
4.1- Aspectos culturais da feira de Lagarto.....	75
4.2- Roupas e calçados nas feiras de Lagarto/SE.....	77
4.3- Brinquedos, CDS, DVDs e produtos importados	79
4.4- As trocas na feira de Lagarto.....	81
4.5- Onde tem carnes e pescados tem vendedores ambulantes de temperos e condimentos	83
4.6- Feira semanal de animais em Lagarto/SE	85
CAPÍTULO 05 – PRÁTICAS ALIMENTARES E FESTEJOS JUNINOS: TRADIÇÕES MANTIDAS NA FEIRA DE LAGARTO/SE	95
5.1- Da elaboração, venda, aquisição a degustação: tradição da comida de feira	96
5.2- Pausa para comer... um encontro com feirantes e consumidores nas bancas das comidas	108
5.3- Palha, couro, milho, fogos e festas: sons, cheiros, cores e sabores do período junino.	112
5.3.1- Brilho, cores e pólvora da venda de fogos na feira	116
5.4- Artesanato na feira: tradição, cultura, saberes e fazeres	118
CONSIDERAÇÕES FINAIS	121
REFERENCIAS	124
APÊNDICES.....	133
ROTEIROS DE ENTREVISTAS	134

Roteiro 1: Feirante.....	134
Roteiro 2: Consumidor/freguês	138

INTRODUÇÃO



A Feira Nordestina- J. Miguel

Disponível em: <https://www.marisedomingues.com.br/catalogo.asp?Num=6943&Tipo=70&p=on>

A FEIRA LIVRE

*Agradável, alegre, colorida, burburinho de gente,
que fala, canta, pega, larga,
compra e segue em passos lentos sempre olhando.
Isso é a feira que levanta o astral que faz amizades e sorri.*

*Multicolorida pela variedade de legumes,
verdura, frutas e flores.
Pelas ruas gente vai e vem sem pressa,
em suas vestes de todos os tipos e cores.
Há perfume se alternando à medida que se vai avançando
pelas barracas, crédito às flores.*

Poesia: Feira Livre

Autor: Didi Leite

Disponível em:

<http://didilleite.blogspot.com.br/2015/04/poesia-feira-livre.html> ACESSO EM: 04/08/2017

INTRODUÇÃO

As feiras na região são consideradas importantes espaços econômicos, culturais e tradicionais, inserida no cotidiano das cidades brasileiras. Na figura de abertura desta dissertação podemos visualizar que nas feiras é possível encontrar atores e produtos típicos da cultura local, desde o vendedor de picolé, que passeia pela feira em busca de clientes, até barracas de cachaça, roupas, frutas, artesanato e instrumentos de trabalho, principalmente aqueles voltados para o homem do campo.

Nesse sentido, Pontes (2012, p. 37) considera que “A feira livre se apresenta como um lugar curioso para compreender como se dão as relações num espaço urbano específico, construído e vivido que carrega tradições e biografias de seus habitantes cujas narrativas expressam uma memória coletiva”. O território analisado é o local onde as diversas relações se desenvolvem, o público e o privado tornam-se um único espaço.

As atividades realizadas na feira estão enraizadas na vida de grupos familiares por diferentes gerações. É possível observar a inserção da terceira e até quarta geração nesse ramo de atividade. Logo, se constitui uma tradição transmitida e reproduzida por homens e mulheres nos diversos setores desse espaço.

No município de Lagarto, observamos que a feira está enraizada na identidade da população, que demanda produtos agrícolas, alimentos tradicionais, carnes e bens de consumo diversos, comercializados nas feiras que ocorrem no município nos dias de domingo, segunda-feira, quinta-feira e sábado.

A configuração desse espaço de comercialização informal está fundamentada, principalmente, no uso do dinheiro líquido, indispensável para a reprodução social dos grupos familiares oriundos das áreas rurais e urbanas. Nesse espaço se desenvolvem características típicas dos circuitos curtos de comercialização (SABOURIN, 2009), permeado pela proximidade entre os feirantes e entre esses atores com os consumidores. Atualmente, embora seja predominante a circulação do dinheiro, é comum a venda das mercadorias com pagamento realizado em parcelas pagas semanalmente, sendo o crédito fixado ou anotado em cadernos.

Para além de espaço comercial, as feiras conformam um “lugar do encontro, da troca, da vivência coletiva. Nestes lugares de realização da vida, os diferentes grupos sociais trabalham, consomem, realizam formas culturais e vivenciam os limites do exercício da escassa cidadania” (MASCARENHAS; DOLZANI, 2008, p. 73). Além disso, constituem territórios marcados por um misto de signos e significados, da diversidade de ações e atividades, e das

mais variadas funções, que se transformam a partir do momento em que as barracas começam a ser montadas e que as pessoas passam a circular.

Nesse território, enxergam-se cores, movimentos e ritmos. Ao fazermos o percurso, desvendaremos no caminho os gracejos, as conversas dispersas, os sons, os cheiros, performances e jogos corporais para atrair os clientes (VEDANA, 2004). Os movimentos vivenciados no dia da feira foram identificados por Mascarenhas e Dolzani (2008, p. 77), que evidenciam a “existência de uma agitação diferenciada e a presença de elementos populares embutidos no cotidiano” e assinalam que “são constatados as díspares temporalidades e significados no espaço, atreladas a um conjunto de relações que ali se desenvolvem”.

A feira está imbuída de um valor cultural para seus frequentadores, sejam eles comerciantes ou consumidores. Tal fato está relacionado ao lugar como ponto de encontro onde esses grupos mantêm e fortalecem relações de sociabilidade e de proximidade, que são permeadas por laços de confiança.

Assim é possível verificar as transformações e, desse modo, observar os fatos históricos que ali se desenvolvem. Partimos do pressuposto de que o dia da feira constitui não somente um encontro eminentemente econômico, mas um território no qual são partilhadas experiências e fortalecidas as redes de sociabilidade. Logo, para alguns “é uma festa”, para outros, “o dia mais importante da semana”. Nesse dia os atores sociais que a frequentam trocam saberes e fazeres, e tecem diferentes artes, como a de comprar, vender, permutar, realizar a feira, e a de fazer histórias (SANTANA et al, 2015).

Neste capítulo de introdução, será apresentado o referencial teórico, utilizado durante a pesquisa e construção da dissertação, que apontam breve histórico sobre as origens da feira como um território destinado à comercialização de produtos. Nos itens subsequentes, serão apontados os procedimentos metodológicos utilizados para a construção da dissertação.

1.1- A feira e suas indagações geográficas: aspectos metodológicos

O estudo referente às feiras faz-se necessário tendo em vista que, na região Nordeste, são consideradas como importantes centros de comercialização de produtos oriundos da produção rural, bem como aqueles advindos da produção do espaço urbano. Desse modo, as feiras contribuem para a manutenção econômica de grupos familiares que atuam nesse mercado informal com a venda de mercadorias.

A feira conforma um território pelos grupos sociais em seu “mundo-vivido”, tendo em vista as relações socioculturais e econômicas que ali são realizadas. Embora não aborde

especificamente o espaço da feira, as discussões feitas por Rocha e Almeida (2005, p. 8) condizem com a realidade vivenciada na feira de Lagarto.

O mundo vivido seria, portanto, tudo aquilo que se desenvolve no espaço geográfico, formado pelas pessoas, pelos objetos, pelas relações intersubjetivas e com as coisas, as instituições, os fluxos que levam mercadorias, ideias, pessoas, informações. Esse mundo vivido geográfico tanto pode ser o de uma rua, de uma cidade, de uma paisagem (ROCHA e ALMEIDA, 2005, p.8).

O mundo vivido dos feirantes passa ser as ruas que são ocupadas por suas barracas. Esse espaço é formado por seus objetos de trabalho, onde passam a existir vínculos e relações sociais entre os grupos. Nos dias em que as feiras se realizam, os grupos que as frequentam se apropriam desse espaço, estabelecem vínculos sociais e alteram a paisagem cotidiana das ruas ao montarem as barracas para comercializar os produtos e desenvolverem suas atividades. Os homens, mulheres e até crianças, ao mesmo tempo em que organizam o espaço, expondo as mercadorias, conversam entre si. Durante o dia de intensa labuta, criam laços identitários com o seu local de trabalho por meio da experiência vivenciada pelo grupo na realização das atividades cotidianas. Ainda que Claval (1999, p.124) não esteja se referindo a feira, o autor ressalta que:

A depender se são jovens ou idosos, os seres humanos não vivem no mundo da mesma maneira nem têm as mesmas perspectivas quanto ao real. Para compreender como se constrói a terra dos homens, não basta considerar as práticas e habilidades que uns e outros desenvolvem para se dirigir, assentar seu empreendimento no meio ambiente e se inserir na sociedade. Sua sensibilidade, sua emotividade, sua experiência tem o mesmo peso.

Os grupos sociais de diferentes faixas etárias apresentam ideias e percepções do espaço diverso entre si. Cada um desses atores imprime em suas atividades seus traços distintivos e sentimentos particulares, e cada uma dessas especificidades são inerentes às identidades que são construídas nos territórios que ocupam.

As identidades que se constroem estão atreladas às interações e contatos estabelecidos entre os membros de um grupo. Assim, a identidade cultural define os limites e a integração entre os espaços sociais vivenciados por seus integrantes (SERPA, 2008). Os grupos realizam seu trabalho de modo que este não somente se torne um meio de geração de renda, mais também, de alegria, conferindo, dessa forma, um elemento de diversão à referida atividade cotidiana. Certeau (2012, p.91) salienta que o trabalho e o lazer são elementos que se encontram associados na realização das atividades cotidianas, tornando-as assim mais prazerosas.

Deste ponto de vista, o corte não passa agora entre o trabalho e os lazeres. Essas duas regiões de atividades se homogeneízam. Elas se repetem e se reforçam uma à outra. Nos locais de trabalho se vão difundindo as técnicas

culturais que camuflam a reprodução econômica sob ficções de surpresa (o “happenig”), da verdade (“a informação”) ou de comunicação (“a animação”) (CERTEAU, 2012, p.91).

Assim a cultura se manifesta nas atividades cotidianas, realizadas por meio das relações simbólicas e sociais, pautadas pelo trabalho e pelo lazer que se encontram lado a lado, no dia-a-dia dos grupos. Desse modo, alguns elementos são de primordial importância para que o trabalho realizado obtenha êxito, tais como a confiança, a cooperação e a reciprocidade nas relações estabelecidas entre os atores.

Wagner e Mikesell (2007, p. 29) salientam que “a cultura também está assentada numa base geográfica, pois é provável que só ocorra comunicação regular e compartilhada entre pessoas que ocupam uma área comum”. Assim, evidenciamos que a cultura está intimamente atrelada às atividades desenvolvidas por grupos em um determinado espaço que ocupam e ao qual imprimem suas características, tornando-o comum e específico para os que estão nele inseridos. Claval (1999, p. 69) considera a cultura como, “conjunto de interações as quais cada um foi submetido”. Os grupos sociais vão estabelecendo vínculos a partir dos quais se dá a transmissão do saber fazer, que passa a acontecer de maneira natural, conformando e estreitando os laços de proximidade.

Os laços de sociabilidade se constroem e intensificam no território a partir do momento em que os grupos vão vivenciando, trocando experiências em um espaço mais próximo. Por meio da análise dos aspectos culturais que são manifestados a partir das relações e vínculos, é possível compreender que o espaço transforma-se em território à medida que é apropriado por grupos sociais.

Diante das relações de amizade, vínculos de sociabilidade e as relações também de poder que conformam o território da feira, faz-se necessário a realização de uma pesquisa voltada para o entendimento dos aspectos culturais e econômicos que são visualizados nesse território, tendo em vista a relevância que a feira de Lagarto assume perante os municípios da região Centro-Sul do estado de Sergipe.

Nesse contexto, alguns questionamentos recorrentes surgem sobre a feira que se realiza atualmente no citado município: As feiras da cidade de Lagarto são consideradas como uma manifestação cultural ressignificada? Os vínculos de sociabilidade que se mantêm nesse território entre os feirantes, e entre os consumidores e feirantes favorecem a reprodução social dos grupos familiares? Por que motivos os feirantes oriundos de outras cidades se deslocam para a feira do município de Lagarto? Quais são os sons, cheiros e sabores vivenciados no cotidiano das feiras? Quais os laços identitários existentes no território da feira?

Esses questionamentos fazem-se necessários, pois, como atenta Seeman (2008, p. 5) “o pesquisador precisa saber ouvir, isto é, ter a capacidade de absorver os discursos e narrativas existentes na região como conhecimento tão válido como o seu próprio”. As observações realizadas durante a pesquisa de campo representam fontes essenciais para o conhecimento da área a ser pesquisada.

Nesse cenário, a pesquisa tem como objetivo geral, compreender a dinâmica social, cultural e econômica das feiras realizadas na cidade de Lagarto/SE. Para melhor elucidar a questão levantada no objetivo geral, seguem os objetivos específicos:

- a) Identificar os impactos socioeconômicos e as alterações na organização das feiras na cidade de Lagarto/SE;
- b) Caracterizar as cores, sons, cheiros e sabores existente no território da feira;
- c) Analisar a importância das feiras como estratégia de reprodução dos grupos familiares ali inseridos;
- d) Investigar os fluxos de feirantes, produtos e consumidores nas feiras de Lagarto/SE;
- e) Verificar as relações de sociabilidade, os laços identitários dos feirantes e consumidores;

Tais objetivos foram traçados e observados *in loco* nos anos de 2016 e 2017. A pesquisa tem como enfoque principal a valorização cultural das relações de sociabilidade no território da feira que ocorre no município de Lagarto/SE. E também porque a feira do município se destaca por apresentar diversidade de produtos, em cada dia da semana em que acontece.

Para além das características citadas, o município também exerce o papel de centro regional em relação às cidades circunvizinhas, e as feiras que ali se realizam são consideradas como as mais importantes para a região centro-sul do estado de Sergipe, pois, de lá, algumas mercadorias são distribuídas para outros municípios sergipanos e baianos. Embora Corrêa (2005) não tenha estudado a feira de Lagarto, seus apontamentos em estudo sobre feiras salientam que:

As feiras ocorrem em centros de diferentes tamanhos e funções.... Quanto maior for a importância da cidade, em termos de centralidade, maior será a importância absoluta de sua feira, importância determinada segundo o número de participantes e a área de atuação da mesma (CORRÊA, 2005, p. 67).

Os feirantes oriundos de outras localidades carregam consigo marcas da sua realidade cotidiana que forjam sua identidade cultural, e esta, por sua vez, se evidencia por meio das práticas e interações que existem no território da feira.

1.2- Entre bancas, feirantes e fregueses: o percurso da compreensão

A explicação dos procedimentos metodológicos é de fundamental importância para que o leitor compreenda quais foram as técnicas adotadas para a obtenção do resultado da pesquisa e assim possa se interessar pela leitura do trabalho (GIL, 1999).

Para a realização deste trabalho, foram empregados procedimentos metodológicos como: levantamento bibliográfico – essencial para a formulação e estudo do problema de pesquisa – e a revisão de literatura, que se deu por meio da leitura e análise de dissertações, teses, livros e artigos que abordam temáticas referentes ao objeto de estudo.

Contudo, foi necessária à coleta de outros materiais e subsídios para embasar a pesquisa, razão por que durante o processo de construção da dissertação foram realizadas busca de dados e informações sobre trabalhos semelhantes em *sites* e órgãos estatais, procurando assim verificar o estado da arte do trabalho (GIL, 1999).

Os estudos foram realizados de maneira tanto individual como coletiva por meio de debates nas reuniões e diálogos oportunizados pelo GRUPAM – Grupo de Estudos e Pesquisa sobre Alimentos e Manifestações Culturais Tradicionais. Além da leitura e análise dos referenciais, foram realizados fichamentos e resumos que auxiliaram na organização das ideias para a construção teórica da dissertação e no confronto da teoria com a realidade empírica.

Referencial teórico

O quadro 1 apresenta a relação dos principais referenciais com os conceitos e categorias empregadas na fundamentação teórica, discussões sobre a configuração territorial da feira e as relações de sociabilidade no recorte espacial da área de estudo.

Quadro 1- Principais Referenciais teóricos do estudo

Categorias, Conceitos e Discussões	Autores
Território	Haesbaert (2001; 1999); Raffestin (1993); Saquet (2006; 2009; 2010; 2011; 2014); Saquet e Sposito (2008);
Identidade e Cultura	Claval (1999); Haesbeart (1999); Maciel (2005); Rocha e Almeida (2005)
Espaço e espaço vivido	Almeida (2003); Santos (1986; 2001; 2004; 2006);
Formação Histórica das Feiras no Mundo, no Brasil, Nordeste, Sergipe) e Reprodução Social e Laços de Sociabilidade	Andrade (2011); Dantas (2007; 2008); Diniz (1987); Huberman (2010); Menezes (2017; 2015; 2009);); Munford (1982); Porto (2005)

ORG. SANTOS, V.M. 2017.

A escolha das categorias geográficas “espaço” e “território” se dá em decorrência da aproximação desses conceitos com a temática abordada nesta pesquisa. É importante ressaltar as contribuições de alguns autores que foram fundamentais para a compreensão dessas categorias. Saquet (2006; 2009) apresenta que o território é composto por elementos e processos que são definidos em diferentes temporalidades, ou seja, a composição do território se constitui com o passar do tempo, pois agrega elementos que são importantes para a sua definição. Vale ressaltar também as contribuições de Haesbaert (1999; 2001), que compreende o território a partir da multiterritorialidade que deriva da sua condição híbrida, resultante das realidades sociais, econômicas e culturais desempenhadas pelos sujeitos. O território passa a existir no espaço onde existe a relação entre os conteúdos sociais e econômicos, dando origem a um espaço vivido que é caracterizado por atributos funcionais, estruturados e afetivos (ALMEIDA, 2003).

Pesquisa documental

Uma vez que “os documentos constituem uma rica fonte de dados” (Godoy, 1995) e apontam contribuições essenciais para o estudo, apontando caminhos a serem seguidos durante a execução da pesquisa, empreendeu-se a coleta de dados secundários por meio de documentos localizados em órgãos públicos, como o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)

e a Prefeitura Municipal de Lagarto, bem como em jornais, *sites* e *blogs* locais. Esses dados foram essenciais para a concretização da pesquisa e elaboração desta dissertação. Contudo, não conseguem responder a todos os questionamentos de pesquisa, se fazendo necessária a busca de maiores informações *in loco*, e nos órgãos responsáveis por sua organização.

Pesquisa de Campo

As pesquisas de campo possibilitaram o confronto entre os aspectos teóricos e a realidade empírica. As informações necessárias foram coletadas por meio de entrevistas semiestruturadas juntos aos atores envolvidos em diversas atividades, fossem eles feirantes, ajudantes, fiscais ou consumidores. Desse modo, foram identificadas as características tanto das feiras como daqueles que a fazem. Além disso, foram observadas as problemáticas e as relações socioespaciais existentes, pois nesses espaços é possível verificar a existência de “reciprocidade” (SABOURIN, 2009), que pode ser observada nas relações diretas entre feirante-feirante e feirante-consumidor. Embora o autor citado não tenha estudado a feira, a discussão idealizada por ele é essencial para a análise das relações evidenciadas no território das feiras de Lagarto/SE.

As entrevistas semiestruturadas foram utilizadas como principal ferramenta para obtenção de informações relacionadas à feira. Gil (1999, p. 109) considera a entrevista como uma “forma de diálogo assimétrico, em que uma das partes busca coletar dados e a outra se apresenta como fonte de informação”. O uso de entrevistas possibilita a obtenção dos dados necessários e ainda apontam informações importantes que não foram incluídas no roteiro de perguntas. Esse tipo de entrevista possibilita a coleta de dados em sua profundidade, caracterizando-se como a técnica adequada para a obtenção de informações com maior diversidade de resultados referentes à vivência dos grupos sociais entrevistados.

Durante o trabalho de campo foram realizadas 110 entrevistas, das quais 90 foram realizadas com os feirantes de todos os setores da feira, e 20 foram aplicadas junto aos consumidores. É importante destacar que existe uma certa dificuldade em realizar entrevistas junto a esse público, pois em geral estão sempre apressados para realizar as suas compras. Para que fossem aplicadas, alguns fregueses permitiram que os acompanhasse enquanto realizavam o trajeto para as compras. No que se refere aos feirantes, foram bastante receptivos e sempre convidavam para ir para a parte de traz da banca e ficar com eles durante a realização da entrevista.

Os entrevistados foram escolhidos de acordo com cada setor da feira. De início, a pesquisadora procurou os feirantes mais antigos, que atuavam a mais tempo nessa atividade, e estes indicavam mais feirantes a serem entrevistados. A amostragem foi definida por meio da metodologia da saturação teórica:

O fechamento amostral por saturação teórica é operacionalmente definido como a suspensão de inclusão de novos participantes quando os dados obtidos passam a apresentar, na avaliação do pesquisador, uma certa redundância ou repetição, não sendo considerado relevante persistir na coleta de dados (Fontanella et al, 2008, p.17).

Assim, novas informações que seriam obtidas por outros entrevistados pouco acrescentariam, pois, as respostas se tornariam repetitivas, não mais contribuindo para o aprofundamento da pesquisa. Desse modo, a definição da amostragem se deu a partir da utilização desta metodologia.

Nessa pesquisa, as entrevistas foram realizadas face a face, pois possibilita o contato direto entre o entrevistador e o entrevistado. Durante o momento de realização, é possível observar os gestos verbais e corporais (mudanças no tom da voz, gestos realizados com as mãos, expressões faciais etc.) dos entrevistados. A captura desses aspectos contribui para a pesquisa por estes estarem intimamente relacionados ao sentimento dos atores pelo território que está sendo analisado, nesse caso, a feira (GIL, 1999).

O registro fotográfico foi um componente presente nas atividades de campo, pois a potencialidade das fotografias se revela no momento em que esta retrata fragmentos da história local, “um pedaço de real” (BRUNO e SAMAIN, 2006, p.29), servindo como mensurador empírico da realidade pesquisada.

Além das entrevistas, foi utilizado o diário de campo. O emprego desse instrumento permite ao pesquisador o registro da sua memória, constituindo-se como a principal ferramenta de apoio ao pesquisador durante a efetivação da pesquisa (LOPES et al, 2002). Cabe enfatizar que é importante durante a entrevista realizar apenas anotações em forma de “lembretes”, a fim de evitar constrangimento ao sujeito entrevistado.

Por meio do emprego dessas técnicas, foram observadas as atividades cotidianas realizadas pelos grupos que frequentam o território em estudo. Por meio da utilização e vivência desse território, tais grupos passam a ter o sentimento de pertencimento ao seu local de trabalho. O espaço em que são realizadas as atividades cotidianas foi analisado como espaço vivido, pois, como salienta Almeida (2003):

O espaço, além de ser produto das atividades humanas, tem múltiplas valorizações e caracteriza-se por atributos funcionais, estruturais e afetivos. Espaço pode ser, então, considerado como o lugar onde os homens e mulheres,

ideologicamente diferentes, procuram impor suas representações, suas práticas e seus interesses. Cada espaço, tornando-se social, está possuído de símbolos e afetividades atribuídos pelas pessoas (ALMEIDA, 2003, p.71).

O espaço da feira encontra-se permeado por características, voltadas para as funções que ali se desenvolvem, e também para as relações afetivas que ali se inserem, pois, o espaço da feira é palco de diversas relações em que cada integrante realiza em sua prática.

Os capítulos da dissertação

Esta dissertação é composta de *cinco* capítulos, dos quais esta introdução é o primeiro, dando início à apresentação dos resultados da pesquisa.

O segundo capítulo inicia uma exposição e debate sobre o surgimento das feiras, desde o princípio, em nível global, até o local, ao longo de diferentes temporalidades, realizando dessa forma um levantamento histórico para caracterizar o modelo atual apresentado pelas feiras em diferentes localidades.

No capítulo subsequente apresentamos a caracterização da área onde a feira se realiza na sede municipal, buscando entender suas raízes históricas, culturais e socioeconômicas e os seus rebatimentos no município.

Nos capítulos de número quatro e cinco, relatamos o percurso nas feiras que acontecem no município, elencando os laços identitários, as ações e relações evidenciadas no interior deste território, e a transmissão de saberes entre os grupos que realizam suas atividades cotidianas e buscam a reprodução social.

Ao longo dos últimos capítulos detalharemos os sons, cheiros, sabores, saberes e fazeres. Nesse momento, serão detalhadas informações, desde a organização das barracas da feira até o processo de comercialização, como uma prática tradicional dos grupos sociais e atores locais de Lagarto/SE.

CAPITULO 02 – DOS MERCADOS AS FEIRAS: CONTRIBUIÇÕES TEORICAS



Feira Nordestina- Militão dos Santos

Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/464855992774515580/>

*Fumo de rolo arreio de cangalha
Eu tenho pra vender, quem quer comprar
Bolo de milho broa e cocada
Eu tenho pra vender, quem quer comprar
Pé de moleque, alecrim, canela
Moleque sai daqui me deixa trabalhar
E Zé saiu correndo pra feira de pássaros
E foi passo-voando pra todo lugar*

*Tinha uma vendinha no canto da rua
Onde o mangaieiro ia se animar
Tomar uma bicada com lambu assado
E olhar pra Maria do Joá (2x)*

*Cabresto de cavalo e rabichola
Eu tenho pra vender, quem quer comprar
Farinha rapadura e graviola
Eu tenho pra vender, quem quer comprar
Pavio de candeeiro panela de barro*

Música: Feira de Mangaio
Compositores: Sivuca e Glorinha Gadêlha, 1979.

CAPITULO 02 – DOS MERCADOS AS FEIRAS: CONTRIBUIÇÕES TEORICAS

Os estudos referentes às feiras assinalam que o território é marcado pela multiplicidade de ações e relações em seu cotidiano. Para além das atividades voltadas à comercialização de mercadorias, esse espaço está permeado de signos e significados relacionados às práticas cotidianas.

Ao abordar a temática “feira”, é possível reconstruir o processo de evolução de trocas na escala global, uma vez que as feiras surgem em algumas regiões de forma espontânea, sendo efetivadas por meio do escambo das mercadorias. Logo, sua instituição está interligada à prática do intercâmbio de produtos para o abastecimento da população de uma determinada localidade.

No sentido etimológico, a palavra feira está relacionada a um dia de festa. O termo tem origem na “[...] palavra latina ‘feria’ – ‘dia de festa’ – e é comumente utilizada para designar um lugar público, muitas vezes descoberto, onde se expõem e vendem-se mercadorias” (DANTAS, 2007, p. 24). No espaço da feira, os produtos são expostos ao ar livre e em contato direto com o consumidor. O termo também está associado ao momento de encontro em que são realizados diversos tipos de atividades, sejam elas socioculturais ou econômicas.

De acordo com os registros históricos, as feiras livres remontam o período de formação da sociedade, posto que surgiram quando o homem deixou de ser nômade e se fixou na terra, momento a partir do qual brota a necessidade de trocar o excedente de sua produção. (LIMA; SAMPAIO, 2009).

Percebe-se assim que as feiras são resultantes de diferentes formas de interação social, como “a troca, como um compromisso de interesses entre os participantes, através do qual se entregam bens ou possibilidades como retribuição recíproca; e a competição, ou seja, a luta sobre os preços entre o cliente e o vendedor...” (DANTAS, 2007, p. 28). Desse modo, verifica-se que, no momento de compra e venda de produtos, as partes integrantes estabelecem vínculos sociais que são fortalecidos ao longo dos dias em que a relação se reproduz.

Neste capítulo, o objetivo será realizar um resgate do contexto geo-histórico das feiras. Ao analisar como se deu o seu desenvolvimento em diferentes escalas, desde o seu surgimento na Idade Média, no continente europeu, e o modo como elas se espalharam pelos países e se consolidaram no Brasil. Posteriormente, analisaremos sua trajetória na região Nordeste do país e, por fim, como foram instituídas no estado de Sergipe.

Para entender a história da feira, faz-se necessário conhecer a comercialização a partir do advento dos mercados, tendo em vista que este é anterior aos espaços abertos de comercialização.

Nos estudos sobre a história das feiras, Huberman (2010) assevera que no continente europeu os mercados eram diferenciados das feiras por sua dimensão e seu alcance espacial. Dantas (2007) complementa a discussão e assegura que a comercialização de produtos era, em sua maioria, de origem agrícola. Enquanto os mercados eram pequenos e tinham abrangência eminentemente local, as feiras eram realizadas em espaços abertos, e contavam com uma grande diversidade de mercadorias. As feiras, eram realizadas em praças onde as mercadorias eram negociadas por atacado.

A partir desse momento, surge a necessidade de permutar seus produtos, pois nem todos produziam aquilo que necessitavam para o consumo em seus grupos sociais. Sobre o surgimento dos mercados nesse período, Mumford (1982) ressalta:

[...] a praça aberta e o bazar coberto, a rua de barracas ou de lojas possivelmente já havia encontrado sua configuração no meio urbano por volta de 200 a.C. no mais tardar. Mas, pode ser que fossem procedidas pela forma mais antiga de supermercado, dentro do recinto do templo. (MUMFORD, 1982, p.85).

A origem dos mercados compreende um período de alterações da estrutura das cidades. Num primeiro momento, não existia um espaço em que pudessem situar a praça de comércio, fato que leva a crer que os mercados possivelmente estivessem localizados também no interior dos templos existentes. Tal ideia encontra respaldo em alguns escritos bíblicos, como na passagem do evangelho de João 2: 13-16:

Estando próxima a Páscoa dos judeus, subiu Jesus para Jerusalém. E encontrou no templo os que vendiam bois, ovelhas e pombas e também os cambistas assentados; tendo feito um azorrague de cordas, expulsou todos do templo, bem como as ovelhas e os bois, derramou pelo chão o dinheiro dos cambistas, virou as mesas e disse aos que vendiam as pombas: tirai daqui estas cousas; não façais da casa de meu Pai casa de negócio (JOÃO 2, 13-17).

Assim observa-se que a comercialização de mercadorias e produtos de diversos tipos é verificada em períodos anteriores a Cristo (A.C.), pois os vendedores utilizam o espaço do templo para realizar o processo de compra e venda. Como citado no relato bíblico, a comercialização constituía-se basicamente na distribuição das mercadorias que não eram produzidas pelos grupos sociais.

As feiras surgem como os primeiros espaços destinados à comercialização de produtos advindos da produção local com o objetivo de abastecer a população naquele período.

Posteriormente, com o desenvolvimento do comércio, elas expandem e se tornam destaque nas localidades em que são instaladas.

De acordo com os registros históricos, as feiras livres podem ser caracterizadas como:

[...] fenômenos econômicos e sociais muito antigos tendo sido consolidadas na Idade Média entre Gregos e Romanos. Entretanto, tais práticas, são tão antigas que remontam aos primeiros agrupamentos humanos, desde que o homem deixou de ser nômade e fixou-se sobre a terra, domesticando animais e criando a agricultura (LIMA; SAMPAIO, 2009, p.02).

Nesse ínterim, verifica-se a existência das primeiras práticas comerciais. A sociedade europeia se caracterizava por realizar uma produção voltada para o consumo. Comumente, nas discussões relacionadas à feira, tem-se como ponto de partida a associação a uma praça de comércio, um espaço destinado à venda de mercadorias oriundas de diversos locais em que se estabelecem várias formas de atividades. As trocas eram realizadas em praças de comércio posteriormente denominadas de feira (HUBERMAN, 2010).

As primeiras práticas de negociação de mercadorias em sua origem não eram denominadas “feira”. Com o seu desenvolvimento e o aumento do número de pessoas inseridas na atividade, os mercados periódicos foram se expandindo e passaram a ocupar áreas no entorno dos mercados. Foi essa prática de comercializar na área externa que constituiu as feiras.

À época, os meios de transporte apresentavam tecnologia precária, logo, levava-se vários dias para o deslocamento dos produtos de um lugar para outro. Assim, era comum a realização das feiras periódicas, que aconteciam uma ou duas vezes ao ano, e se constituiu como uma forma de estabelecer um comércio de caráter fixo (HUBERMAN, 2010).

O desenvolvimento das feiras resultou da existência de excedentes da produção agrícola local, produzidos no “contexto de uma economia feudal” (DANTAS, 2008, p. 2). Logo, ao transportá-los para as urbes, deram origem às aglomerações, “pois os primeiros humanos ao exercerem suas trocas de mercadorias excedentes formaram as primeiras aldeias, que depois se transformaram em cidades” (ANDRADE, 2011, p. 23). A efetivação dessa prática foi importante para o desenvolvimento social e econômico do homem. O intercâmbio de mercadorias é marcado como a fase inicial do surgimento dos primeiros mercados e posteriormente das feiras.

Nesse sentido, os primeiros produtos excedentes passam a ser postos para intercâmbio, sendo esta a “função de uma nova instituição urbana, o mercado, em si mesmo um produto das seguranças e das realidades da vida urbana” (MUNFORD, 1982, p. 84). Os mercados passam a desempenhar a função de local de comercialização de produtos oriundos de localidades diversas, originando os primeiros fluxos de mercadorias.

As feiras surgem como uma forma de suprir as necessidades da população de um determinado espaço/região geográfica e geralmente também atraem consumidores e comerciantes de outras áreas, circunvizinhas ou distantes, assumindo o caráter de comércio periódico. Sua gênese foi constatada “desde a formação das sociedades em recortes têmporo-espaciais diversos, as feiras livres sempre fizeram parte das práticas humanas” (PORTO, 2005, p. 24).

Na Idade Média, caracterizavam-se por um espaço de trocas ou escambo. Lima (2012, p. 17) assevera que “as feiras livres tornaram-se locais importantes para a dinâmica da distribuição de produtos, destacando-se enquanto atividade econômica”. Para Huberman (2010), inicialmente portavam as seguintes características:

[...] eram imensas, e negociavam mercadorias por atacado, que provinham de todos os pontos do mundo conhecido. A feira era o centro distribuidor onde os grandes mercadores, que se diferenciavam dos pequenos revendedores errantes e artesãos locais, compravam e vendiam as mercadorias estrangeiras procedentes do Oriente e Ocidente, Norte e Sul. (HUBERMAN, 2010, p.18).

As feiras eram organizadas de forma itinerante, ou seja, realizavam-se em diversas localidades. Uma vez que não havia procura constante por mercadorias, não ocorriam de forma fixa (ANDRADE, 2011). Atualmente as feiras acontecem em dias fixos, porém os feirantes se deslocam de um local para outro a fim de comercializar seus produtos em cidades próximas.

O fator determinante para o surgimento de atividades voltadas para a comercialização foi a formação de excedente da produção oriunda das áreas rurais, e também de população que demandasse o consumo desse tipo de mercadoria, voltada principalmente para alimentação dos grupos sociais que passaram a residir em áreas urbanas.

[...] a troca de produtos surge e se desenvolve na sociedade, no momento em que passa a existir um excedente regular de produção que, por sua vez, é fruto do desenvolvimento das forças produtivas (e é estimulado pela divisão social do trabalho). [...] A existência regular de um excedente de produção engendra a troca que, por sua vez, também passa a ser regulada, e sua expansão permite o aparecimento da figura do comerciante, bem como da atividade comercial, aumentando a divisão social do trabalho (PINTAUDI, 1984, p. 38-39).

Ao surgirem as feiras, novas atividades econômicas passaram a existir, e novos grupos iniciam atividades, alterando, desse modo, o modelo de organização do trabalho conhecido até então. Além disso, um novo sujeito passa a atuar nesse território: é o feirante. Ele é responsável por adquirir mercadorias e deslocá-las até a feira a fim de vender aos interessados.

As feiras atravessaram os tempos históricos, adaptaram-se à realidade de cada sociedade, aos diferentes tipos de economias, sobrevivendo a entraves como poderio centralizador e limitações para sua efetividade (LIMA; SAMPAIO, 2009). Desde a antiguidade,

as feiras caracterizam um espaço em que ocorre a troca de mercadorias entre pessoas de lugares distintos.

A evolução dos mercados suscitou nos vendedores e compradores a necessidade de definir um dia fixo para a realização da comercialização de seus produtos. O dia escolhido podia ser aquele destinado ao descanso da população ou um dia em que os consumidores costumavam ir a uma localidade central para atividades sociais e religiosas.

O estabelecimento das feiras acontece com o objetivo de criar uma demanda suficiente para justificar a criação de um comércio permanente nos núcleos urbanos que eram institucionalizados. Nesse sentido, Dantas (2007) ressalta:

A intensificação das trocas comerciais nesse período (inicialmente interna e depois externa) foi o elemento preponderante para o Renascimento Urbano. O comércio estimulou o crescimento dos núcleos populacionais existentes e transformou o caráter essencialmente agrícola da sociedade, ou seja, as primeiras cidades mercantis resultaram da transformação do caráter dessas aglomerações [...] (DANTAS, 2007, p. 67).

Nos países da América Latina, observa-se que as feiras podem ser analisadas quanto à sua origem em dois grupos: aqueles em que elas já existiam nas denominadas praças, e aqueles em que as feiras foram inseridas por meio da colonização, a exemplo do que ocorreu no Brasil, uma vez que não eram realizadas pelos nativos (DANTAS, 2008).

No Brasil as feiras são introduzidas pelos colonizadores que já praticavam essa atividade em Portugal. Passaremos agora a analisar o surgimento e a evolução das feiras no território brasileiro a partir da chegada dos portugueses até os dias atuais.

No Brasil, as feiras tinham como objetivo estimular a comercialização de produtos e mercadorias tanto locais como de áreas mais distantes.

2.1- As feiras no Brasil: herança cultural portuguesa

No Brasil, os portugueses instituíram as feiras ao fundarem as primeiras cidades na Colônia, organizadas nos moldes das cidades portuguesas. As “cidades empórios” recebem essa denominação porque, “as cidades portuguesas tinham em sua origem a função de verdadeiras concentrações comerciais que agregavam em seu bojo um núcleo acumulador de mercadorias captadas no seu entorno, sendo dependentes do rural que as circundavam”. (LIMA; SAMPAIO, 2009, p.07).

As feiras se consolidaram posteriormente à colonização no território brasileiro em decorrência das primeiras reuniões de pessoas, produtos, mercadores e negociantes, cuja finalidade era comercializar produtos e animais em grande escala. Tal fato ocorre após o Brasil

ter sido colonizado por culturas distintas (SANTOS 2014). Posteriormente, suas práticas foram reconhecidas pelas autoridades de forma tardia,

No que se refere à sua gênese, enquanto na Indonésia e em muitas regiões da África, os mercados têm origem anterior ao contato com os europeus, quer dizer, os mercados faziam parte integrante do sistema econômico tradicional, no Brasil as feiras surgem centenas de anos após a colonização, sendo uma instituição “copiada” da que os colonizadores já conheciam e praticavam secularmente no Reino. Embora em algumas feiras tivessem sido criadas a partir de posturas ou alvarás oficiais, a grande maioria das atuais feiras rurais nordestinas [...], surgiu “espontaneamente”, recebendo a seguir legislação específica emanada das Câmaras Municipais (MOOT, 1975, p. 291).

As feiras foram introduzidas no Brasil para “estimular a distribuição dos produtos que atendessem à demanda interna” (LIMA, 2012, p.17-18), e, desse modo, pudessem satisfazer as necessidades da população local. Para Lima e Sampaio (2009), as feiras livres brotaram desde o período colonial e foram importantes para a:

[...] tradição cultural ibérica implantada pelos colonizadores em nosso país. [...] as feiras medievais portuguesas, cuja periodicidade chegava a ser até semestral ou anual devido à intensa e rigorosa preparação que exigiam, refletiram na organização das feiras brasileiras (LIMA; SAMPAIO, 2009, p.02).

As mercadorias comercializadas eram transportadas em veículos movidos a tração animal ou em embarcações, e percorriam longas distâncias até os locais em que aconteciam as feiras, “por não haver meios de transporte desenvolvidos e uma procura muito acentuada e constante por mercadorias, as cidades nesse período não possuíam comércio permanente” (DANTAS, 2007, p.63). Tal fato justificava a irregularidade no período de ocorrência das feiras.

Mascarenhas e Dolzani (2008, p.75) consideram que “a feira livre no Brasil constitui uma modalidade de mercado varejista ao ar livre, de periodicidade semanal, organizada como um serviço de utilidade pública pela municipalidade e voltada para a distribuição local de gêneros alimentícios e produtos básicos”. Em alguns casos, a feira semanal é o único mercado de que a população local dispõe. A periodicidade, como salienta Andrade (2011, p. 79), “é parte inerente aos mercados periódicos, que em sua maioria absoluta, se realizam em apenas um dia da semana”. Esse evento faz parte da rotina das cidades e, nesse sentido, Dantas (2008) salienta que:

Devido ao nível de integração com a forma de organização social nordestina, as feiras estão profundamente envolvidas nos sistemas de mercado regional. Assim, na maioria das vezes elas deixam de ser um fato rotineiro para assumir um papel de destaque, sendo, às vezes, difícil distinguir até que ponto a feira depende da cidade ou a cidade depende da feira. (DANTAS, 2008, p.96).

Na atualidade, esse evento ocupa uma ou mais ruas do centro das cidades, caracterizando-se por facilitar o acesso à diversidade de produtos expostos. Os atores interessados circulam pelas ruas observando as mercadorias a fim de escolher os produtos de que necessitam, analisando a qualidade e os preços. Durante esse percurso, misturam-se os grupos de pessoas: aqueles interessados em comercializar a mercadoria e aqueles que buscam adquiri-la. É inerente aos indivíduos buscar meios de interagir com os demais, mesmo em momentos específicos destinados à troca de produtos (SANTOS 2014).

O que viria a serem consolidados posteriormente em maior medida em razão das primeiras reuniões de pessoas, produtores, mercadores, negociantes, e outros, com a finalidade de comercializar produtos, animais, em grande escala, já após o Brasil ter sido colonizado e povoado por populações e culturas distintas (SANTOS, 2014, p. 69).

O período destinado à comercialização de produtos no território da feira ocorre em uma ocasião onde há interação entre os diferentes grupos participantes por meio do olhar e das trocas materiais, proporcionando assim um momento de encontro em que a diversidade social e cultural acontece momentaneamente.

Ao se estabelecerem no território brasileiro, as feiras adquiriram características próprias: adaptadas à realidade do país, tornaram-se um espaço cultural e econômico, tradicionalmente conhecido em todas as regiões do país e passaram a adquirir características peculiares no Nordeste do Brasil.

2.2- Das feiras de gado à diversidade de produtos: feiras na região Nordeste

Na formação socioeconômica da região Nordeste, a feira desempenhou e desempenha atualmente um papel importante, pois é vista como o principal território de comercialização e abastecimento da população.

Na região Nordeste as feiras livres desenvolveram-se devido ao comércio intenso de gado durante os séculos XVIII e XIX (DANTAS, 2008). Diversas atividades tiveram contribuições para o desenvolvimento da economia nordestina. Porém, a de maior destaque, constituindo-se como preponderante para a ocupação territorial dessa região, foi a pecuária.

Dantas (2008) salienta que não podemos negligenciar a importância que a pecuária bovina possuiu para a consolidação da economia nordestina:

Desde os primórdios da colonização, a pecuária foi uma atividade subsidiária à cana-de-açúcar, servindo, principalmente, como fornecedora de animais para serem utilizados como força de trabalho, já que os engenhos eram quase sempre movidos a tração animal e que o transporte, tanto da cana como do

açúcar, era realizado por animais, ou como alimento para a população que se estabelecia na colônia (DANTAS, 2008, p. 06).

Nesse ínterim, verificamos que a pecuária foi fundamental para o desenvolvimento econômico dessa região. Desse modo, é essencial considerar que a atividade criatória “conquistou para o Nordeste a maior porção de sua área territorial” (ANDRADE, 2005, p.190), e que as atividades voltadas para o gado não foram apenas subsidiárias à cana-de-açúcar, mas serviu também como um elemento importante para a fixação dos grupos populacionais em áreas até então inabitadas, a exemplo do sertão nordestino.

Durante esse período, a criação de gado teve importante papel no surgimento dos primeiros povoados. Conforme Andrade (2005, p.188):

O gado para chegar ao mercado consumidor fazia intermináveis caminhadas, havendo pessoas especializadas para a condução desses animais. Costumavam locomover-se com um homem caminhando à frente da boiada, cantando o “aboio sertanejo”, enquanto os demais acompanhavam as reses, tangendo-as e vigiando-as para que não se dispersassem. Caminhavam de 4 a 6 léguas por dia se havia água com facilidade no caminho, mas estendiam a jornada até 15 ou 20 léguas, emendando dias e noites, nas áreas onde não havia água.

Em decorrência dos longos períodos de caminhada, essa atividade criou áreas voltadas para o descanso dos condutores e dos animais, e a partir desses pontos de parada criaram-se os primeiros núcleos de povoamento. Nesses pontos eram desenvolvidas atividades como agricultura e práticas comerciais voltadas para atender às necessidades dos “tangerinos” dos rebanhos bovinos. Monteiro (2000) salienta que as práticas comerciais se efetivavam por meio de trocas de produtos que valiam dinheiro, como era o caso da farinha e também do algodão.

Alguns grupos que se estabeleceram ao longo desses caminhos ofereciam para os condutores das boiadas “pousadas, produtos de suas lavouras, criações domésticas e os ofícios necessários ao trato com os animais – como ferrar e selar os cavalos” (MONTEIRO, 2000, p15). Essas práticas se realizavam, em sua maioria, associadas ao comércio de gado, e a partir dessas práticas comerciais primitivas foram se consolidando.

O intenso fluxo de gado na região Nordeste durante os “séculos XVII e XIX” (DANTAS, 2008), permitiu a formação de aglomerados populacionais, para onde os pequenos agricultores se deslocavam para trocar e comercializar sua produção, ocasionando o surgimento das chamadas “praças de mercado”. E a partir da formação dessas praças de comércio de gado surgiram as feiras livres.

Por meio da prática de comercialização de gado, realizadas no interior nordestino, muitas cidades passaram a ser conhecidas em decorrência da realização da venda de gado, que posteriormente foram se intensificando e tornando-se grandes feiras, como foi caso das cidades

nordestinas de Quixadá e Baturité, no estado do Ceará, e Feira de Santana, na Bahia (LIMA; SAMPAIO, 2009).

Atualmente as feiras nordestinas concentram em seu espaço parte da produção agrícola local e se constituem como praças de mercado cotidiano, para onde se deslocam diversos feirantes, sejam eles agricultores que comercializam sua produção, sejam aqueles que adquirem as mercadorias na CEASA¹ ou em feiras maiores, como é o caso dos comerciantes de roupas, que as adquirem na feira de Caruaru, no estado de Pernambuco, ou ainda “comerciantes da localidade que deslocam suas mercadorias das lojas para a feira” (DANTAS, 2008, p. 10). Para além desses tipos de feirantes, existem também aqueles que compram as mercadorias em lojas, denominadas também de atacadões, onde adquirem produtos industrializados para comercializarem em suas barracas.

De acordo com Abreu (1975), a primeira feira livre tradicional foi instituída em Caruaru nos idos do século XVIII, em decorrência da existência de uma fazenda que servia de local de paragem para os viajantes que realizam o trajeto do litoral para o sertão. Posteriormente foi edificada uma capela, e as pessoas se fixaram no local, e a partir daí, neste espaço, se constituiu um ponto de encontro e comércio nos dias de liturgia (BURNETT, 2013).

Hoje, a feira de Caruaru é uma referência para a própria cidade e também para as demais cidades do interior nordestino. Reconhecida como um espaço multicultural, ela apresenta ampla diversidade de mercadorias, como foi retratada na música *A feira de Caruaru*, de Onildo Almeida, gravada por Luiz Gonzaga no ano de 1957:

A Feira de Caruaru,
Faz gosto a gente vê.
De tudo que há no mundo,
Nela tem pra vende [...]
Na feira de Caruaru...

As feiras existentes na região Nordeste do Brasil se assemelham a feira de Caruaru, no que se refere a diversidade de produtos expostos a venda, diferentemente das feiras que acontecem em outras regiões brasileiras, que comercializam apenas produtos alimentícios. As feiras são conhecidas por sua variedade de mercadorias, como destaca Burnett (2013) acerca da feira de Caruaru:

Esse mercado *informal, improvisado e popular*, denominado de *feira*, é um espaço que concentra atividades diversas ligadas ao comércio, à produção e

¹ Centrais Estaduais de Abastecimento: as Ceasas são empresas estatais ou de capital misto (público e privado), destinadas à comercialização e distribuição de produtos como frutas, legumes, hortaliças e flores.

ao consumo, assim como aos campos da cultura e da política. A *feira* do Agreste de Pernambuco é um lugar onde encontramos variadas formas de sociabilidade e convivência, onde se constroem relações de trabalho, onde se inventam ocupações, lugar de competição, mas, ao mesmo tempo de muita cooperação (BURNETT, 2013, p.48).

Nas feiras é possível visualizar a presença de elementos típicos da cultura, por meio das práticas e relações que se estabelecem nesse território de comercialização. Dentre os produtos vendidos nas feiras nordestinas, cabe destacar a comercialização de animais vivos, conforme a foto 01. Estes são criados em propriedades rurais e, nos dias de feira, são transportados até o local da feira e lá são comercializados e/ou trocados por outros animais. Para além desses produtos, destacam-se também aqueles oriundos da produção artesanal local: cestos, cordas, “arreios”, panelas e brinquedos de barro, como apresentado na música *Feira de Caruaru*, “tem cesto, balaio, corda [...] Penêra boa e mé de uruçú”. Estes são elementos típicos das feiras nordestinas que atraem a atenção dos visitantes.



Foto 1 e 2 : Animais vivos na feira e artesanatos de palha, feira de Lagarto/SE.

Fonte: SANTOS, V.M, novembro de 2017.

As feiras constituem espaços culturais, onde existem diversos ofícios e diferentes modos de fazer adotados por cada um de seus atores. Esses espaços portam “grande criatividade, celeiro de cultura popular”, de ideias e de saberes populares (BURNETT, 2013, p.48) e têm como agentes:

Comerciantes, produtores rurais, artesãos e consumidores, sendo eminentemente espontânea. Envolve fluxos de mercadorias, pessoas e informações, e, através dela, realiza-se a integração entre áreas rurais, pequenas, médias e grandes cidades. Ligadas ao mercado associa-se a acumulação, mas também na feira a sociabilidade se manifesta. É real, material e eminentemente informal, tendendo a ser hierarquizada, na qual há centros com comércio atacadista para feirantes e centros onde há apenas varejista-ambulante. A feira nordestina existe há muito tempo e a velocidade de seus fluxos é lenta. Sua preferência é periódica e esta é uma característica fundamental que a distingue do comércio fixo (CORRÊA, 2005, p. 113).

A feira nordestina é considerada como um “fenômeno socioeconômico de importância capital na vida nordestina” (CARDOSO, 1975, p.169), marcando a paisagem das cidades. Ao mesmo tempo em que são consideradas importantes economicamente para muitos, é a expressão do próprio significado etimológico da palavra “dia de festa” (DANTAS, 2008). Sobre a importância das feiras para a região Nordeste, Andrade (1997, p.129) assevera que:

Se compararmos as feiras que se realizam na área dominada pelas grandes usinas da porção oriental do Rio Grande do Norte, da Paraíba, de Pernambuco e de Alagoas, com as do Agreste, [...] elas são inexpressivas e ocupam o centro – rua ou praça – da pequena cidade e são concluídas antes do meio dia, enquanto na região Agrestina, ela toma grandes proporções, ocupando muitas vezes quase toda a área urbana e permanecendo com intensa atividade durante todo o dia.

Diante de tal assertiva verifica-se que as feiras acontecem em diferentes tipos de localidade, e cada uma delas apresenta características específicas que são inerentes à região em que se inserem. Nas regiões onde existe a concentração da terra e renda, a exemplo da Zona da Mata, elas são pequenas. No agreste, entretanto, onde há uma melhor distribuição da terra e renda, a feira assume um papel importante para a localidade. Braudel (1998, p.16) salienta que as feiras se constituem “num centro natural da vida social [pois] tudo se acelera com a feira”.

Na feira, as trajetórias e relações se cruzam, o econômico e o cultural são evidenciados. Nesse território são desenvolvidas atividades voltadas para a manutenção e reprodução econômica dos grupos ali inseridos, bem como observamos a conservação das práticas socioculturais que são instituídas nesse território ao longo dos séculos e mantidas por várias gerações. Em seguida, apresentaremos a trajetória e dinâmica das feiras de Sergipe.

2.3- Trajetória das feiras em Sergipe

Durante os séculos XVII e XVIII em Sergipe, para além da produção do açúcar destaca-se a criação de gado. Os animais eram deslocados de um local para outro com o objetivo da comercialização e também para as fazendas. Os pontos de parada das reses eram locais de encontro para os boiadeiros, e nos espaços destinados ao descanso realizavam-se o comércio e a permuta não só dos bovinos, mas também de produtos específicos para o tratamento desses animais e também para aqueles que tinham o papel de conduzir os animais até o seu destino. Desse modo, esses locais passaram a atrair pessoas que ali aglomeravam-se, dando origem às primeiras povoações do estado. A criação de pontos de comercialização, portanto, serve como impulsionador para a ocupação de Sergipe pelos colonizadores (ANDRADE, 2011).

Nas feiras que surgiram no estado de Sergipe, eram comercializados diversos produtos que interessavam à população que frequenta esse território a fim de suprir suas necessidades. Na cidade de Aracaju, capital do estado, as feiras iniciam a partir da formação dos primeiros núcleos urbanos, pois, com seu surgimento, passa a existir a necessidade da criação de uma praça destinada ao comércio de produtos para aqueles que ali residem e, com as feiras, são originadas várias cidades, como considera Andrade (2011):

Nas cidades, elas desenvolvem-se a partir da edificação de um mercado, como é o caso de Aracaju: nas zonas rurais, a partir do abatimento de gado. Essas organizações espaciais do comércio periódico surgem devido à necessidade de consumo da população e são importantes na contribuição para que a urbanização tivesse considerável estímulo devido à maior movimentação de pessoas nos locais próximos a elas (ANDRADE, 2011, p. 53).

Em Sergipe, as feiras (mercados periódicos) ocorrem em diversos dias durante a semana, principalmente aos sábados, domingos e segundas-feiras. Diniz (1987), atribui a ocorrência da comercialização nesses dias ao hábito de abater o rebanho bovino nos finais de semana, restando a essa carne ser comercializada nos espaços das feiras existentes.

Na década de 1980, as feiras que aconteciam aos domingos eram consideradas como feiras pequenas, em decorrência da reduzida quantidade de produtos ofertados ao público nesse dia da semana. Porém, as feiras que aconteciam nos dias de sábado e segunda-feira eram bastante diversificadas. Nelas eram comercializados produtos alimentícios, produtos destinados ao uso no campo, vestuário e utilidades domésticas. Nesse contexto, destacavam-se as feiras dos municípios de Carira, Lagarto e Tobias Barreto (DINIZ, 1987).

As feiras assumem no estado de Sergipe as características inerentes ao circuito inferior da economia urbana, pois existe “facilidade de ingresso no sistema”, ou seja, o feirante não necessita de muita informação ou capital para ingressar no mercado, são “atividades de pequena dimensão”, que não demandam produtos em grandes quantidades (DINIZ, 1987). Nas feiras existem diversos tipos de feirantes, que comercializam diferentes tipos de produtos, como salientam Costa e Santos (2016):

Os agentes sociais diretamente envolvidos com tais dinâmicas também são variados e pertencem a diversas classes sociais. Nas feiras, se engajam o pequeno agricultor, os artesãos que negociam a própria produção, os comerciantes sem cadastro e formalização, consumidores modestos, mas também, empresários de uma produção em larga escala, empresas de transporte estruturadas e consumidores de classe média (COSTA; SANTOS, 2016, p. 02).

Verifica-se, desse modo, que as feiras envolvem diversos tipos de pessoas e grupos, Diniz (1987, p. 86-87) classifica os feirantes em seis tipos: “1- feirante prestador de serviços

(barbeiros, relojoeiros, mecânicos)”, que se dirigem à feira a fim de oferecer seus serviços àqueles que frequentam esse espaço; “2- feirante intermediário estabelecido (aquele que reside em local fixo, e tem a função de abastecer os locais de venda)”; “3- feirante intermediário marginal (funciona como intermediário em caráter ocasional)”, isto é, compra a mercadoria e entrega aos feirantes em suas barracas; “4- feirante ambulante (atua em diversas feiras)”, deslocando-se ao longo da feira enquanto carrega suas mercadorias e as oferece aos consumidores que passam na feira; “5- feirante comerciante (proprietário de um estabelecimento formal que também atua na feira); e, por fim, 6- feirante produtor (aquele que produz as mercadorias que comercializa na feira)”. Desse modo, fica evidente a diversidade de grupos que atuam em atividades na feira e também fora dela.

Nas pesquisas de Diniz (1987), observa-se que nas feiras encontram-se diversas atividades e diferentes profissões. Cabe destacar que atualmente algumas dessas atividades deixaram de existir em algumas feiras, como por exemplo, os serviços oferecidos por barbeiros e mecânicos, em decorrência da fixação das citadas atividades em alguns locais da cidade. Outras práticas foram extintas das feiras como consequência da evolução do meio técnico-científico-informacional, como é o caso dos fotógrafos, pois com o avanço da tecnologia, as pessoas têm acesso facilitado às câmeras fotográficas, inclusive em seus próprios celulares, tornando-se desnecessária a presença desse profissional na feira.

As feiras sergipanas são formadas por algumas funções indispensáveis à sua existência, tais como o comércio de carnes, peixes, camarões e crustáceos, cereais a granel, farinha de mandioca, frutas, verduras, doces, aves e ovos. A carne comercializada é geralmente oriunda de matadouros locais e ou circunvizinhos, onde os animais são abatidos no dia anterior à feira. Esse tipo de feirante compra a carne abatida ou o animal ainda vivo para posteriormente levá-lo até os matadouros e comercializar sua carne nas feiras. Geralmente essa é uma atividade tradicional familiar transmitida através de gerações. Nos demais dias da semana, o feirante de carne exerce outras atividades na agricultura ou presta serviços no setor terciário.

Os cereais, a farinha, as frutas e verduras, quando não são frutos da produção local, estão sujeitos a grandes deslocamentos. Esses produtos são adquiridos em municípios vizinhos e até em outros estados em decorrência da ausência da mercadoria no próprio município. Os feirantes ressaltam que, em alguns períodos do ano, em decorrência da escassez de chuvas, adquirem produtos de outras regiões. O feijão, por exemplo, é oriundo das regiões Centro-Oeste e Sudeste do país. Tal fato ocasiona a alteração no preço final da mercadoria.

Os doces, bolos, alimentos derivados da mandioca e do milho são comumente oriundos da produção artesanal local, geralmente fabricados por mulheres do próprio

município, que utilizam a fabricação e comercialização desses produtos como forma de geração de renda extra para a família. As mulheres consideram o seu trabalho como um complemento à renda da casa, sendo o dinheiro adquirido com a venda desses produtos destinado à compra de utensílios para as residências.

Ao estudar a feira no município de Nossa Senhora da Glória em Sergipe, Oliveira (2010, p. 10) ressalta que “o lugar-feira nos é aqui visto como cenário de tecer estórias, de coleções de trajetórias que acabam por marcar o território. Não estamos meramente nos remetendo à passagem do tempo sobre o lugar, mas sim de estórias em curso”. A cidade apresenta diversas peculiaridades no dia em que a feira se realiza, e encontra-se permeada de outras formas de vida social no meio urbano, repleta de multiplicidades e singularidades. Tal fato foi salientado por Pontes (2012) em seu estudo da feira do bairro Castelo Branco, em Aracaju, e é comumente observado nas feiras do interior do estado, a exemplo do município de Lagarto.

Em Sergipe, as feiras assumem um papel importante no cenário cultural do estado, marcando a história das cidades e fazendo parte da tradição e da cultura da população. Isso pode ser evidenciado por meio de uma exposição permanente no Museu da Gente Sergipana, que está situado na cidade de Aracaju. Esse local exhibe apresentação clássica do feirante tradicional das feiras sergipanas, assinalando, desse modo, o reconhecimento da importância que as feiras possuem para a cultura do estado.

Na exposição são apresentados produtos típicos da cultura sergipana. Em uma gravação em que o visitante interage com o feirante, este exhibe os produtos apresentando a qualidade e o benefícios de cada um deles, usando os dizeres tradicionais dos feirantes a fim de atraí-los para a compra do produto. O personagem que representa o feirante chamado “José Vende” ensina ao cliente como utilizar cada produto, exaltando sempre a qualidade de cada um deles, característica do feirante sergipano. Tal fato demonstra que a tradição das feiras marca a identidade do território sergipano (Foto 03).



Foto 3: Representação da banca de feira sergipana – Museu da Gente Sergipana – Aracaju/SE.
Fonte: SANTOS, V.M.; dezembro de 2017.

A feira está imbuída de um valor cultural para seus frequentadores, sejam eles comerciantes ou consumidores. Isso está relacionado ao lugar como ponto de encontro no qual se mantêm relações de sociabilidade e de proximidade entre esses grupos, relações essas que são marcadas pela confiança: no ato de “fazer a feira”, vão se conformando relações de amizade. Diniz (1987) observa o território da feira como um espaço permeado de funcionalidades: “é conveniente notar, também, que as feiras têm uma pequena função de lazer”, ou seja, possui também o papel de “lócus” de informação, é vista como um local de muitos negócios e ultrapassa os limites de venda a varejo, pois os frequentadores fazem uso desse espaço para realizar tais funções e também para passear, rever amigos para alguns participantes da feira é vista como espaço de “lazer”.

2.4- Feiras: território de comercialização e dos laços de sociabilidade

Por meio de liberação realizada pelo órgão público responsável, os feirantes de Lagarto/SE apropriam-se do local que será por eles utilizado nos dias em que se realiza a atividade comercial. Esses locais são organizados e distribuídos por funcionários públicos municipais que atuam na Secretaria Municipal de Agricultura responsável pela organização da feira.

A existência de um órgão responsável pela distribuição e organização dos espaços da feira evidencia a existência de relações de poder no território da feira, pois a territorialização e as relações sociais estão associadas diretamente ao poder, como salienta Saquet (2003, p.24):

O território se dá quando se manifesta e exerce-se qualquer tipo de poder, de relações sociais. São as relações que dão o concreto ao abstrato, são as relações que consubstanciam o poder. Toda relação social, econômica, política e cultural é marcada pelo poder, porque são relações que os homens mantêm entre si nos diferentes conflitos diários.

No município de Lagarto, as relações de poder no território da feira são evidenciadas por meio da atuação dos responsáveis por organizar o local. Estes não são muito queridos pelos feirantes, que consideram a atuação desses representantes do órgão público como abusiva, pois alegam que os preços por eles cobrados são altos.

Os feirantes de Lagarto também consideram abusivo o valor pago aos fiscais da prefeitura pelo uso do espaço em que suas barracas são colocadas, o que denota as relações de poder impostas pela Prefeitura Municipal. O pagamento desse tipo de taxa pode ser verificado desde o surgimento das primeiras feiras, como salienta Huberman (2010, p.23): “Havia uma taxa de entrada e de saída, e de armazenamento das mercadorias; havia uma taxa de venda e uma taxa para armar a barraca na feira. Os mercadores não se opunham a esses pagamentos, porque eram bem conhecidos, fixados e não muito altos”. O pagamento desse tipo de taxa é variável de acordo com cada localidade em que se realizam as feiras.

No que se refere as relações de poder, podemos evidenciar que existem outras demonstradas nas barracas, uma vez que cada uma delas possui um “líder” que é o proprietário ou responsável pela mercadoria que assume a liderança do local e da mercadoria sobre os demais integrantes que atuam na barraca.

O território é expressão concreta e abstrata da apropriação e produção do espaço – formado pelos atores sociais que “(re)definem” em suas práticas cotidianas –, relacionada aos poderes e variados ritmos e intensidades. Sobre o território, Raffestin (1993, p. 7-8) afirma que:

O território não poderia ser nada mais que o produto dos atores sociais. São eles que produzem o território, partindo da realidade inicial dada, que é o espaço. Há, portanto, um “processo” do território, quando se manifestam as espécies de relações de poder [...]

Assim os territórios são construídos socialmente por meio das relações de poder exercidas em um determinado grupo social, podendo possuir caráter econômico e também cultural, já que reflete uma produção resultante das relações existentes entre os homens com a natureza, que por sua vez representa o espaço a partir do qual as relações se territorializam (FREITAS EDUARDO, 2006).

Para além das relações de poder, são identificadas as relações de proximidade e de sociabilidade entre os sujeitos, como já foi enfatizado anteriormente. Observa-se um sentimento

de pertencimento que “resulta da representação e da identidade cultural e não mais de uma área fechada por fronteiras [...] Nessa concepção, de cunho histórico, é a cultura que define o vivido” (ROCHA e ALMEIDA, 2005, p.11).

Quem define o território, na concepção pós-moderna, é a identidade cultural. Nessa aceção, território é o lugar do vivido a partir do percebido e do concebido, ou, em outras palavras, o lugar é concebido a partir do vivido. Para se entender o território, busca-se analisar a identidade cultural através do coletivo de suas festas, seus ritos, seus mitos, suas crenças, no simbólico, enfim, na sua história. Cultura, aqui, é definida pelas relações históricas de um povo, que dão sentido ao mundo-vivido num território que se torna lugar (ROCHA e ALMEIDA, 2005, p.12).

Nesse território, é possível verificar as transformações e, desse modo, observar os fatos históricos que ali se desenvolveram. Partimos do pressuposto de que o dia da feira constitui não somente um encontro eminentemente econômico, mas, um território no qual são partilhadas experiências, são fortalecidas as redes de sociabilidade (MENEZES, 2017).

Embora possua uma essência econômica, a feira também apresenta uma função social. Enquanto veículo de comunicação e expressão da cultura do povo. Configura-se também como um local de encontro para as pessoas que por ali passam para adquirir mercadorias e também para ir a outros locais, pois geralmente as feiras estão localizadas na parte central das cidades do interior.

No território da feira, ocorre uma série de ações e relações de afeto entre os sujeitos que ali estão inseridos, sejam estes feirantes ou consumidores dos produtos ali comercializados, como salienta Oliveira (2010):

É na feira também aonde iremos nos deparar com as intensidades e os decalques do lugar, percebidos em uma série de ações, de afetos e de gestos dispostos em uma série de micro-eventos - interações entre os personagens que compõem os espaços públicos e os espaços privados, tornando-se como uma maneira de viver o espaço público através das inter-relações na feira livre (OLIVEIRA, 2010 p. 12).

Esse espaço é marcado pela mistura de signos e significados, de grande diversidade de ações e atividades que ali são realizadas. Nesse sentido, Pontes (2012) considera que:

A feira livre se apresenta como um lugar curioso para compreender como se dão as relações num espaço urbano específico, construído e vivido que carrega tradições e biografias de seus habitantes cujas narrativas expressam uma memória coletiva (PONTES, 2012 p. 37).

O território analisado é constituído por um espaço em que o público (espaço dos consumidores) e o privado (espaço dos feirantes) tornam-se únicos, e ali são descobertos diversos movimentos e ritmos, pois no território da feira os consumidores não são proibidos de transitar nesse local, em alguns casos são constituídos por calçadas de residências e imóveis

comerciais, e os consumidores por ali transitam, e em alguns casos guardam suas compras. Ao realizar o trajeto na feira, é possível encontrar no percurso, brincadeiras, piadas, gritos anunciando a oferta dos produtos, conversas dispersas e aleatórias, sons, cheiros, performances e jogos corporais que os feirantes realizam para atrair clientes. Os comportamentos existentes na feira diferem daqueles que são vivenciados em um supermercado, em que a mercadoria está organizada em gôndolas, e o consumidor se dirige até o produto desejado sem a interferência de alguém para ajudar na hora da escolha. (VEDANA, 2004).

As feiras estão permeadas por ações e relações que dão vida ao território, ações que permitem que os atores sociais constituam vínculos e laços de amizade e confiança com os integrantes desse espaço territorializado pelos feirantes. Tais características são observadas nas feiras de modo geral, e no município de Lagarto/SE não é diferente.

As relações de sociabilidade que se desenvolvem nesse território são facilmente visualizadas por meio das brincadeiras e piadas que os feirantes trocam no interior de suas barracas. Essa prática, realizada entre os próprios feirantes, funciona como uma forma de atrair consumidores nos períodos em que há menor circulação de pessoas, marcando as relações de sociabilidade existentes nos espaços da feira (VEDANA, 2004).

Tais práticas existentes no território da feira são marcadas pela comunicação para atrair consumidores. A comunicação é uma das capacidades dos seres humanos de se expressarem culturalmente. Desse modo, verifica-se que a cultura está inserida no território da feira, pois realizam-se diversas atividades em grupo, como assevera Wagner e Mikesell (2007, p.28): “a cultura resulta da capacidade de os seres humanos se comunicarem entre si por meio dos símbolos. Quando as pessoas parecem pensar e agir similarmente, elas o fazem porque vivem, trabalham ou conversam juntas [...]”. Pode-se observar que o território da feira encontra-se permeado de relações socioculturais, “Assim, a cultura também está assentada numa base geográfica, pois é provável que só ocorra comunicação regular e compartilhada entre pessoas que ocupam uma área comum” (WAGENER e MIKESELL, 2007, p.28-29).

Nesse íterim, é importante ressaltar que, no território da feira, não ocorrem apenas trocas materiais: as interações que ali ocorrem possibilitam um intercâmbio de saberes entre aqueles que se encontram cotidianamente (TEDESCO, 2015). As feiras são consideradas como “espaços privilegiados de sociabilidade de trocas de elementos diversos, muito além das econômicas. Há muita memória, muito conhecimento e saberes que circulam nos processos interativos de compra e venda nas feiras” (ZANINI; SANTOS 2017, p.8). Esses saberes passam a ser transmitidos por meio da convivência cotidiana com a prática na feira, e também são repassados por diferentes gerações no núcleo familiar.

Essa transmissão de saberes se dá por meio dos diálogos, considerados como uma das principais ferramentas de trabalho do feirante, que pode ser utilizado tanto para a partilha do saber fazer das atividades práticas, como para atrair os clientes para adquirir a mercadoria. Certau (2012, p. 257) salienta que por meio “das vozes o corpo social “fala” em citações, em fragmentos, em tonalidades de “palavras”, em ruídos de coisas”. Desse modo, verifica-se que as vozes marcam o espaço cotidiano em que os grupos sociais se inserem e realizam suas atividades.

Os diálogos existentes no território da feira iniciam a partir de assuntos do dia-a-dia. Para que tal fato aconteça, é necessário a interação dos participantes da feira, ou seja, dos feirantes. Ao percorrer a feira do município de Lagarto, é muito comum se deparar com pessoas que conversam e dão risadas ao longo da feira. Essas relações se originam a partir dos “pequenos diálogos entre fregueses e feirantes”, como observou Vedana, (2017, p. 45) em seu estudo sobre as feiras em Porto Alegre, práticas que podem ser observadas também na feira de Lagarto.

Dessa maneira, evidencia-se o constante fazer existente na feira, formado a partir das práticas sociais, e os gestos, os ritmos e sonoridades marcam de forma distinta os significados de “fazer feira”. Nesse território de comercialização de produtos, é possível verificar o trânsito entre o mundo rural e urbano como uma construção simbólica, marcada pela relação existente entre os feirantes e os consumidores.

Diante das relações identitárias que permeiam o território das feiras de modo geral, no capítulo subsequente será realizada uma caracterização do município de Lagarto a fim de compreender como os aspectos históricos, culturais e físicos interferem de forma direta na existência de feiras de grande porte na cidade.

CAPITULO 03 – LAGARTO: HISTÓRIA, MUDANÇAS, PERMANÊNCIAS E IDENTIDADES NO TERRITÓRIO DA FEIRA



Tela de Aécio – Feira livre

<http://ajurspartebrasil.blogspot.com.br/2014/05/aecio-tema-feira-livre-medida-50x70.html>

*Lagarto cidade linda Lagarto bela
E a feira de Lagarto vou contar o que tem nela
Lagarto cidade linda de um povo varonil sua feira é segunda céu bonito cor de anil
[...]*

*Sou filho de Poço Verde mais vejo essas alegria
Para feira de Lagarto vem gente até da Bahia
Lagarto está situado entre Salgado e Simão Dias
[...]*

*Próximo ao mercado da carne tem a feira dos animais
Cavalo, burros e carroças tudo isso e muito mais carneiros, cabras e ovelhas que o sertanejo
traz
[...]*

*Em frente ao mercado de carne fica feira de primeira mesa, tamburete, cama, rack, peça, e
cadeiras e estante de madeira*

Música: **Feira de Lagarto** – Melão e Melado embolador.
Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=VxcERMaUKQ4>

CAPITULO 03 – LAGARTO: HISTÓRIA, MUDANÇAS, PERMANÊNCIAS E IDENTIDADES NO TERRITÓRIO DA FEIRA

No presente capítulo apresentaremos os aspectos histórico-geográficos pertinentes ao município de Lagarto, a fim de compreender o seu contexto de formação até os dias atuais. Partimos do pressuposto de que é importante compreender as relações entre as pessoas e o município, e a partir daí caracterizar a identidade da população.

Por meio do estudo da feira semanal é possível conhecer uma cidade que se encontra em estado constante de transformação e movimentação, que possui ritmos diferenciados ao longo da semana, se tornando dinâmica a partir da circulação das pessoas em sua área urbana. E assim, buscamos compreender o surgimento da cidade e as suas alterações, o cotidiano das feiras, partindo do contexto de seu surgimento até as características que portam atualmente. Antes de iniciar a caracterização da feira, é importante ressaltar características pertinentes ao município, que permitem e influenciam a existência das feiras em Lagarto/SE.

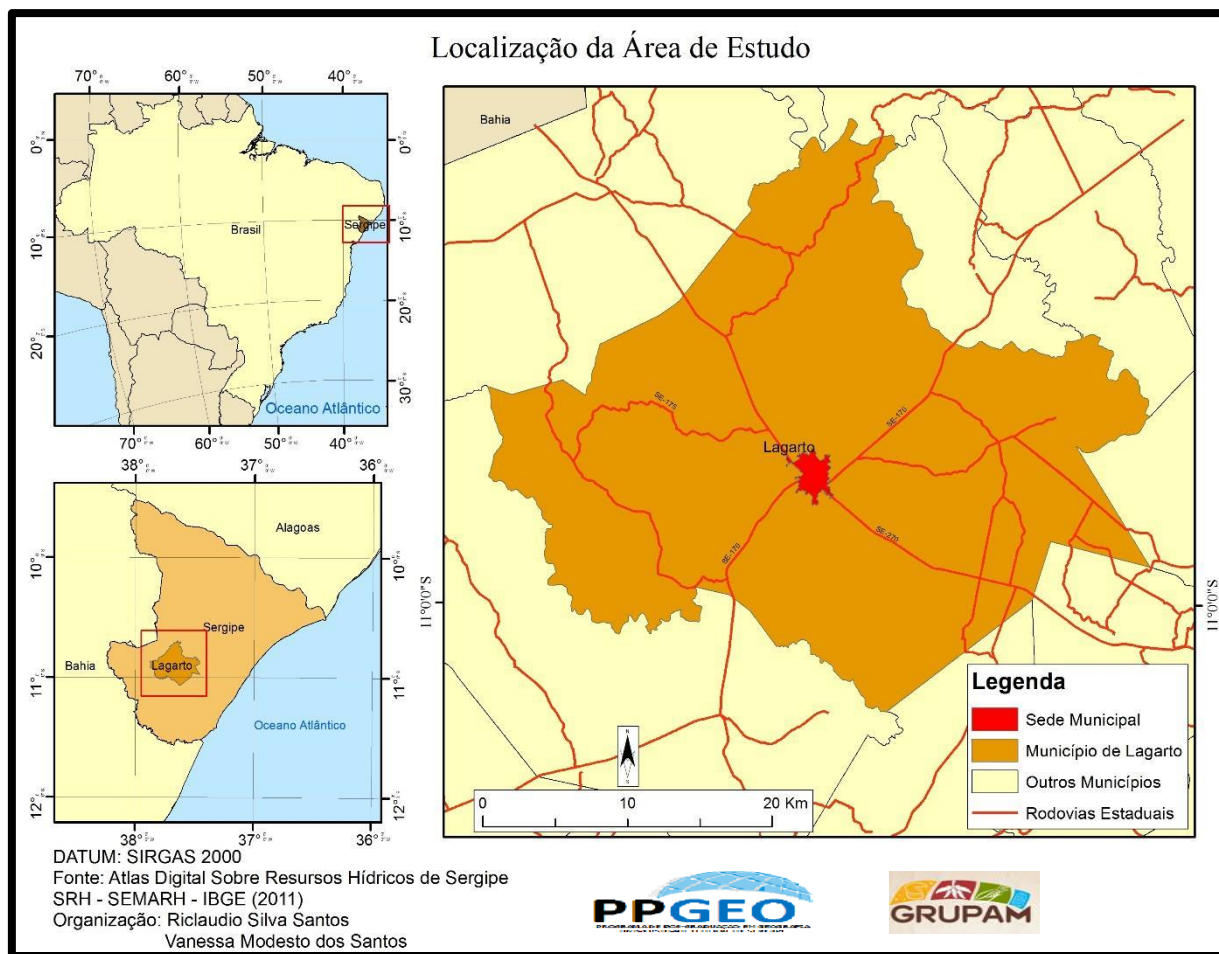
3.1- Lagarto: princípios da ocupação, economia e tradições culturais

O município de Lagarto está localizado na região Centro-Sul do estado de Sergipe (Mapa 01) e ocupa área de 968,921 km² (IBGE, 2015). A sede municipal fica distante 75 km da capital Aracaju. O município destaca-se pelos serviços ofertados aos munícipes e também aos grupos oriundos das cidades circunvizinhas.

O município apresenta características específicas da região Agreste. À Leste da sede municipal, o clima apresenta pluviosidade entre 1000 e 1400 mm anuais, o que influencia na formação do clima tropical semiúmido e favorece a policultura. À Oeste do município, há decréscimo na pluviosidade, com índices reduzidos entre 600 e 1000 mm anuais. Essa área apresenta-se na zona como transição para o semiárido do estado, e nela destacam-se atividades voltadas para a pecuária (SOUZA, 2011.).

Segundo dados do IBGE (2015), a pecuária constitui uma atividade importante, sendo os espaços destinados à criação localizados à oeste do município, com os rebanhos, bovinos de corte e de leite, suínos, equinos, ovinos, caprinos e aves. Esses animais também são comercializados na feira, que dispõe de local próprio para a negociação entre o público interessado nesses tipos de animais.

MAPA 01: MUNICÍPIO DE LAGARTO/SE



Essas atividades relacionam-se à origem de sua ocupação, uma vez que o município era conhecido por sua agropecuária, com a produção intensa de produtos agrícolas. Esses produtos eram destinados à comercialização em municípios vizinhos, e, no caso da produção fumageira, até mesmo, e sobretudo, a outros estados do país.

A conformação do município de Lagarto/SE remonta à segunda metade do século XVI. A sua ocupação inicia-se em 1596, com a distribuição das sesmarias a seus donatários (SOUZA, 2011), e posteriormente com a constituição do povoado de Santo Antônio, onde foi construída uma igreja, inaugurada no dia 13 de junho de 1604.

Em 1604, se estabelece na localidade Muniz Álvares, um nome importante para a fundação de Lagarto, pois sua família dedicava-se à criação de gado, responsável pelo surgimento das grandes fazendas de rebanho bovino na região. A partir daí foram surgindo os primeiros engenhos de açúcar, o cultivo de algodão, milho e feijão. O desenvolvimento agrícola e a criação de gado influenciaram o aumento do núcleo populacional. (SOUZA, 2011).

O crescimento do povoado culminou com a criação da freguesia, que por sua vez era considerada como uma das maiores do estado. Em 1698, a Coroa Portuguesa determina que a freguesia se torne oficialmente Vila Lagarto, juntamente com Vila Nova do São Francisco, Itabaiana, Santo Amaro das Brotas e Santa Luzia do Itanhy (CANSANÇÃO, 2009).

Após desenvolver-se como Vila, em decorrência das atividades voltadas para a agropecuária, que se destacava como setor marcante da economia local, em 20 de abril de 1880, a Vila de Nossa Senhora da Piedade de Lagarto foi elevada à categoria de cidade por meio da Lei Provincial nº 1.140, data em que se comemora a Emancipação Política de Lagarto.

Durante o século XX, se destacam no município atividades voltadas para o setor agrícola, com a presença de cultivos de fumo, laranja, mandioca, esta última sendo considerada como principal geradora de renda para os grupos familiares. A década de 1980 marca a fase áurea do cultivo da mandioca no município, em decorrência dos altos preços alcançados no mercado, e também pela assistência técnica e financeira fornecida aos produtores. Esses elementos contribuíram para que Lagarto se destacasse na produção desse cultivo, além da modernização da criação de gado, continuando assim com uma significativa representação na economia do estado (SOUZA, 2011). Nesse mesmo período, desponta as atividades ligadas à indústria, como uma das estratégias de desenvolvimento, como salienta Cansanção (2009):

No que diz respeito à indústria, esta despontou no final da década de 80 como uma das opções de desenvolvimento, merecendo destaque os Grupos Maratá e Rocha, com indústrias de beneficiamento de fumo, plástico, café e comércio variado, sendo um dos maiores empregadores e contribuintes da região. Pequenas indústrias também se fazem presentes, como fábrica de ladrilhos e artefatos de cimento, bebidas, produtos químicos, fábricas de móveis, de velas, além de pequenas indústrias de beneficiamento agrícola e de gêneros alimentícios (CANSANÇÃO, 2009, p. 29).

Essas indústrias surgiram na década de 1980 no município, e, atualmente, encontram-se em pleno funcionamento, distribuindo produtos para todo o estado de Sergipe. Algumas delas, a exemplo da Maratá, distribui para outras regiões do país, tendo em vista o reconhecimento em caráter nacional que seus produtos alcançaram, alicerçados pelo aparato econômico e midiático.

De acordo com os dados do IBGE, em 2010 o município contava com uma população de 94.852 habitantes, dos quais 48.869 (51,54%) vivem na Zona Urbana, e 45.994 (48,49%) residem na Zona Rural do município, o que demonstra significativo equilíbrio na distribuição da população urbana e rural.

O município conta com quantitativo significativo de estabelecimentos rurais de reduzida dimensão, alicerçados nos cultivos de produtos agrícolas, sobretudo no leste do

município. Por isso, Lagarto “não sofre com os problemas relacionados ao êxodo rural, graças às suas peculiaridades fundiárias”. (TAVARES e VIEIRA JUNIOR, 2012, p. 8). Esses estabelecimentos rurais são responsáveis pela produção de mercadorias que são comercializadas nas feiras do município, evidenciando desse modo a relação campo e cidade nas atividades que ali são realizadas.

No que se refere à comercialização, os cultivos alimentícios são divididos: uma parte é destinada às feiras do município, outra parte é distribuída como matéria-prima para a indústria. É o caso da laranja, pimenta e maracujá. Verifica-se que, apesar da crise na citricultura desde a década de 1990, a laranja continua a ser o cultivo que ocupa grandes proporções no espaço do município, porém a mandioca é o cultivo que apresenta maiores produções nesse período (SOUZA, 2011).

Lagarto ficou conhecida pela produção fumageira, chegando o município a ser considerado como o principal produtor sergipano, com destaque também no cenário nacional. Em meados da década de 1990, a produção de fumo passa a refrear em decorrência da situação econômica dos plantadores.

Os plantadores de fumo passaram a enfrentar problemas principalmente no que se refere aos preços e também à presença de atravessadores, que ficavam com boa parte do lucro. Souza (2011) ressalta que o cultivo do fumo em Lagarto também se torna dependente de empréstimos e financiamentos, a exemplo do PRONAF, para a manutenção do plantio, e que, quando passa a ter dificuldades em adquiri-los, passa também a tê-las para manter a produção.

Com a queda do preço do fumo no cenário do mercado nacional, o produto tornou-se instável para o pequeno produtor, pois a renda gerada a partir da venda do produto serve de subsídio para o sustento da sua família, e, com a baixa dos preços, apenas a produção e comercialização do fumo não é suficiente para a reprodução econômica do núcleo familiar. Desse modo, o produtor de fumo passa a diversificar sua produção agrícola, como apresentado na foto 04, em busca de aumentar a sua renda familiar. A partir daí o município passa a investir em outros cultivos, como no caso da mandioca, que é beneficiada e transformada em tapioca, produto indispensável para a elaboração dos beijos, broas e bolachas. Além disso, a farinha de mandioca faz parte da cultura alimentar da população, como atenta Barbosa (2007, p.112): “o feijão, ao lado da farinha de mandioca”, são alimentos que fazem parte do cardápio local, o que permite que a mandioca ganhe destaque. Outro produto que passa a ser cultivado é a pimenta, que avança em relação à cultura do fumo no município. Sua comercialização está direcionada à fábrica Maratá, que compra a mercadoria para realizar o beneficiamento.



Figura 4: Plantação de Fumo associado ao cultivo da Mandioca Lagarto/ SE.
Fonte: Elis Regina S. dos S. Oliveira, 2009.



Foto 5: Fumo comercializado em rolo na feira - Lagarto/ SE.
Fonte: SANTOS, V.M, novembro de 2017.

A produção de fumo em Lagarto/SE ainda existe, porém, sofreu redução não só no número de hectares destinados ao seu cultivo, mas também no público consumidor do produto final, pois como ressaltam os feirantes, *“nos últimos tempos as vendas caíram, porque as pessoas não querem mais usar esse tipo de fumo, compram mais o industrializado que já vem pronto, é só acender, esse tem que cortar e enrolar, dá mais trabalho, só os mais velhos que compram desse tipo”* (Feirante 01, março 2017). Essa observação confirma a queda na venda e justifica a diversificação da produção agrícola por parte dos grupos que apenas produziam o fumo.

Atualmente o setor primário do município encontra-se pautado em diversos cultivos agrícolas, como a mandioca, que se destaca na sua paisagem rural, a laranja, o maracujá, o milho, o fumo, a banana, o coco-da-baía, o amendoim e o mamão, o que permite destaque em produção e comercialização desses produtos. Estes por sua vez são comercializados nas feiras e também fornecidos à indústria (IBGE, 2015).

Além das feiras existentes no centro da cidade, ainda ocorrem pequenas feiras em povoados, a exemplo do povoado Brasília, Jenipapo e Colônia Treze, realizadas aos domingos, onde são comercializados diversos produtos para além da produção agrícola. No Povoado Colônia Treze, é realizada às quartas-feiras uma feira destinada apenas à comercialização de produtos agroecológicos, organizada por uma associação dos agricultores do povoado (Foto 06), o que denota o avanço de novas práticas: os produtos agroecológicos estão vinculados à soberania e segurança alimentar, esses alimentos então isentos de agrotóxicos, e desse modo são facilmente aceitos pelos consumidores, como salienta Fernandez e Ferreira (2017, p. 84): “Nestes mercados, o aspecto de fácil inteligibilidade sobre o que é orgânico facilita sua aceitação pelo consumidor, tornando-se uma vantagem comercial assumir-se como orgânico”. Isso justifica o surgimento de feiras voltadas para esse tipo de produto, pois os consumidores buscam produtos que sejam mais saudáveis para o seu consumo.



Foto 6: Feira Agroecológica no Povoado Colônia Treze - Lagarto/ SE.
Fonte: SANTOS, V.M, maio de 2017.

Dentre as atividades econômicas que movimentam o município, destacam-se também outros setores, como a indústria de embalagens, indústria de produtos químicos e do gênero alimentício, e também concessionárias de veículos, fábrica de móveis, dentre outros. Tavares e Veira Junior (2012, p. 7) salientam que “a agricultura, a pecuária e o comércio central formam o tripé de sustentação da economia local gerando empregos e movimentando a cidade”.

O comércio de Lagarto apresenta prestígio no estado de Sergipe, sobretudo, na região Centro-sul. É conformado por lojas de pequeno porte – que vendem produtos de primeira necessidade, como alimentos, bebidas e vestuário –, lojas de médio e grande porte – como supermercados, concessionárias de motos e veículos, lojas de autopeças, materiais de construção –, e comércio por atacado. Para além das lojas existentes, encontra-se em andamento a construção de um *shopping center*, o que ocasionará aumento na expectativa de intensa circulação de pessoas para o município. Mesmo diante da diversidade de novas formas de comercialização, a feira continua sendo um local considerado de suma importância pelos seus frequentadores, que consideram no que se refere aos alimentos, os produtos ali são comercializados mais frescos, e salientam que também podem “pechinchar” diretamente com o vendedor.

Desse modo, verificamos que o comércio formal e a feira exercem grande influência sobre o município de Lagarto/SE, proporcionando o reconhecimento da sua centralidade na região Centro-Sul do estado.

O setor terciário se destaca na oferta de serviços, voltados para educação, contando com 144 escolas públicas e privadas que ofertam desde educação infantil até o ensino médio. A partir de 2010, a educação do município de Lagarto foi favorecida com a instalação do Campus da Universidade Federal de Sergipe, que oferece cursos voltados para a área da saúde (Enfermagem, Farmácia, Fisioterapia, Fonoaudiologia, Medicina, Nutrição, Odontologia e Terapia Ocupacional), que atrai estudantes de diversas partes do estado e do Brasil.

Na esfera privada, observa-se a ampliação do número de cursos nas faculdades particulares, como a Universidade Tiradentes (UNIT), Faculdade de Ciências Humanas e Sociais - (AGES) e Faculdade José Augusto Vieira – (FJAV). Também está prevista a construção de um novo campus universitário que oferecerá diversos cursos. Conta ainda o município com uma unidade do IFS (Instituto Federal de Sergipe), que oferta cursos técnicos na área de Edificações e Eletromecânica e cursos superiores como bacharelado em Sistema de Informação, Tecnologia em Automação Industrial e Licenciatura em Física, que atrai estudantes de municípios circunvizinhos. A oferta desses serviços influencia em Lagarto/SE a intensificação no número de pessoas que circulam na área urbana da cidade, onde muitos deles passam a residir, tornando-se também consumidores da feira local.

Nos dias de feira, a cidade se transforma: verifica-se o crescimento do quantitativo de pessoas circulando no espaço central, a intensidade do trânsito de veículos e de mercadorias, além do número de frequentadores oriundos de municípios vizinhos. É possível observar a pluralidade dos participantes, homens, mulheres, crianças, que se apropriam do espaço e das

redes informais na praça do comércio tradicional. Sobre a feira de Lagarto, Cansanção (2009, p.77) salienta:

A existência e o desenvolvimento delas proporcionam o estabelecimento de intercâmbio entre as comunidades, muitas das vezes, com costumes completamente opostos, mas também com costumes iguais. Assim, diversas são as pessoas que saem de vários povoados e cidades em direção a cidade de Lagarto principalmente nos dias de segunda e quintas-feiras quando o movimento é maior (CANSANÇÃO, 2009, p.77).

Nesses dias é visível a intensificação dos fluxos, em vista da formação de redes por meio dos fluxos de automóveis, caminhões, mercedinhas, ônibus, carroças de tração animal (foto 7), ali existentes, associadas diretamente à importância que a feira apresenta perante os municípios circunvizinhos inseridos na região Centro-Sul do estado de Sergipe.



Foto 7: Estacionamento dos ônibus – Lagarto/SE.
Fonte: SANTOS, V.M, janeiro de 2018.

As redes são essenciais para o esclarecimento da origem dos fluxos comerciais presentes na feira, que interconectam o conjunto de localidades geográficas da região Centro-Sul ao município de Lagarto.

As “ligações, no caso, podem se referir a fluxos de vários tipos – de bens materiais, de passageiros, de informação, de energia... que articulam e ligam entre si diferentes pontos no espaço geográfico, utilizando-se de “vias” e “canais” tangíveis [...] (SOUZA, 2015, p.167).

No município em estudo, pode-se visualizar a existência de fluxos, por meio da circulação de mercadorias que são transportadas para a cidade nos dias em que se realizam as feiras. São produtos oriundos de diversas partes do estado e do país. Os feirantes de outros

municípios e localidades se deslocam para a feira de Lagarto a fim de comercializar os produtos como estratégia de sobrevivência, e nessa circulação levam consigo suas histórias e seus saberes, que são transferidos por todos os locais em que circulam, intensificando assim os fluxos não apenas de mercadorias.

Para Moreira (2007) e Dias (2005), a rede aparece como um instrumento que viabiliza duas estratégias: circular e comunicar. Além disso, elas podem ser móveis e inacabadas, em que as relações comerciais podem estar introduzidas, podendo também ser ampliadas, melhorando a circulação por meio de novos fluxos. Esses fluxos estão associados aos produtos comercializados e também à circulação de pessoas nos dias de feiras em Lagarto/SE.

Logo, para obter uma discussão geográfica acerca da relevância das feiras da cidade de Lagarto/SE, na região em que se encontra inserido, fez-se necessário realizar a análise acurada dos fatos. E, desse modo, conhecer e mapear, os fluxos e as redes dos munícipes e de pessoas advindas de cidades circunvizinhas e também de outras regiões do estado, dessa forma, compreender a dimensão socioeconômica e cultural desse espaço de comercialização da região Centro-Sul de acordo com a opinião daqueles que a frequentam.

Para além dessas características, o município de Lagarto preserva uma herança cultural com grupos folclóricos que constitui uma das suas maiores riquezas. Dentre eles, destacam-se os grupos de: parafusos, chegança, silibrina, cangaceiros, taieiras, quadrilhas juninas que realizam apresentações ao longo do ano em diversas festividades. Os feirantes de roupas e calçados na feira ressaltam que durante as festividades em que esses grupos se apresentam ocorre aumento das vendas, pois os consumidores procuram esses tipos de barracas para adquirir produtos e participarem das festividades.

No que se refere à culinária local, destacam alguns pratos típicos, principalmente aqueles que tem como principal ingrediente a mandioca, a exemplo da maniçoba – em que as folhas da planta é a matéria-prima essencial para o preparo –, o beiju de tapioca, o pé-de-moleque, o sario, o beiju malcasado, todos contendo a tapioca e massa puba em sua composição. Os alimentos citados são comercializados nos espaços da feira, pois no mercado Rosendo Ribeiro de Sousa destinado à venda de cereais existe boxes específicos para a comercialização dessas iguarias da culinária local, e também, é possível encontrar barracas espalhadas ao longo da feira.

A comercialização de produtos em feiras faz parte da cultura da localidade. Em Lagarto, eles são importantes para a economia local e para a inserção dos grupos sociais que exercem a função de feirantes e que usam esse espaço para a comercialização dos seus produtos a fim de gerar renda para a sua reprodução econômica.

3.2- Feira de Lagarto: dos primórdios aos dias atuais

O espaço destinado à comercialização de produtos na feira está imbricado com a relação campo-cidade e está situado onde eram realizadas as primeiras trocas comerciais entre os produtores rurais e a população urbana, no centro da cidade, nas imediações da Praça Filomeno Hora e em seu entorno (Foto 8).



Foto 8: Feira de Lagarto na década de 1960.

Fonte: <http://lagartonet.com/galeria-de-fotos/> Acesso em: 18/07/2016.

A Praça Filomeno Hora, nos dias de realização da feira na década de 1960, caracterizava-se por ser um território por onde transitava um grande número de pessoas que utilizavam esse espaço para a compra e venda de mercadorias. Uma vez que as barracas não comportavam todos os produtos destinados à venda, estes eram expostos também sobre o chão.

Atualmente, a feira é realizada no entorno da Praça Rosendo Ribeiro, e acontece durante quatro dias na semana. Nas segundas e quintas-feiras, atrai o maior número de consumidores, devido à diversidade de produtos oferecidos, as atividades iniciam-se desde a madrugada e se estendem até o entardecer. Aos sábados e domingos, a feira apresenta características diferenciadas: é frequentada por consumidores que residem principalmente na sede municipal, e suas atividades encerram no início da tarde.

No espaço em que se realiza a feira da cidade de Lagarto, existem mercados, e as barracas se aglomeram no seu entorno: o mercado da banana, local onde são comercializadas

frutas e verduras oriundos da produção agrícola do município e daqueles circunvizinhos. Além da venda na parte interna, outros agricultores e feirantes se aglomeram em barracas montadas pelas ruas; existe ainda um mercado municipal conhecido como mercado antigo Rosendo Ribeiro de Sousa que é organizado em boxes onde cada comerciante dispõe de um espaço fechado, remontando à estrutura das antigas bodegas. Nesses espaços são comercializados diversos alimentos, como a farinha, e também alimentos industrializados, produtos de limpeza e alguns tipos de bebidas alcoólicas, como representado na foto 09.



Foto 9: Interior de boxe de comercialização situado no mercado – Lagarto/SE.

Fonte: SANTOS, V.M, março 2017.

No mercado da farinha, o produto é comercializado em sacas pelos próprios fabricantes, que se deslocam da área rural onde fabricam o produto, e também por comerciantes conhecidos como atravessadores, que adquirem o produto nas casas de farinha e comercializam no interior desse mercado. Os feirantes adquirem a farinha comprando-a de agricultores que residem na zona rural do município e também comprando a produção excedente dos municípios de Salgado e São Domingos. Além dos citados mercados, existe o mercado público José Correia Sobrinho, recém-reformado. Em seu interior serão comercializadas carnes bovina, suína, ovinos, miúdos² e também pescados. Além das carnes, em seu interior existem boxes para a comercialização de frutas, verduras, cereais, e lanchonetes na parte superior para a preparação e venda de comida de feira e as iguarias derivados de mandioca.

² Miúdos – vísceras bovinas, ovinas e suínas.



Foto 10: Mercado Público José Correia Sobrinho - Lagarto/SE
Fonte: SANTOS, V.M, janeiro 2018

A feira de Lagarto é reconhecida como uma das maiores do estado em decorrência do número de feirantes, consumidores e suas especificidades e diversidade de produtos. Sobre a feira do município de Lagarto/SE, Tavares e Vieira Junior salientam (2012):

É vista como uma das melhores em variedades e qualidade, a mesma é organizada, pois possui pontos estratégicos para as vendas dos produtos, são feitas divisões, o estacionamento dos transportes fica em um lado e a feira em outro, tem pontos de moto táxi para atender aos pedestres, além dos jovens carreteiros que transportam os alimentos dos clientes (TAVARES E VIEIRA JUNIOR, 2012, p. 15).

Nesse sentido, observamos que a diversidade de produtos ofertadas nas feiras do município constituem um atrativo para os consumidores, que para lá se deslocam fazendo uso de transportes coletivos, estes por sua vez buscam atender as necessidades dos feirantes. Seguindo essa perspectiva, Pontes (2012) assevera:

As feiras livres fazem parte da rotina das cidades, localizam-se em uma ou mais ruas, proporcionam às pessoas terem acesso a uma diversidade de produtos, mas também dão a oportunidade das pessoas terem os mais variados encontros. A cidade permite a entrada de estrangeiros (como não pertencente ao local) e o contato com desconhecidos, mesmo que provisoriamente, passando pela experiência do inesperado e imprevisível (PONTES, 2012, p.36).

Verifica-se que a feira de Lagarto apresenta diversidade de produtos comercializados em suas barracas, que se encontram dispostas pelas ruas da cidade em torno dos mercados públicos. Normalmente, cada barraca de produtos conta com dois ou mais feirantes, que auxiliam em todo o processo, desde a organização até o momento da venda dos produtos.

As mercadorias que chegam à feira da cidade de Lagarto são oriundas de diversas cidades. As frutas e verduras, para além das produzidas no município, são originárias da cidade

sergipana de Itabaiana e também dos municípios de Petrolina, em Pernambuco, e Juazeiro, localizado no estado da Bahia.

Sou filho de Poço Verde mais vejo essas alegrias; para a feira de Lagarto vem gente até da Bahia...

(Letra de música sobre a feira de Lagarto – Melão e Melado)

Os autores da música ressaltam a existência de um público oriundo de outras cidades e estados na feira do município de Lagarto. Tal fato se dá em decorrência da oferta e diversidade de produtos nesse local. Estas são encontrados nos mercados e em seu entorno.

Vamos agora entrar no mercado do feijão aqui dentro tem de tudo venha pra cá meu irmão

Tem milho, feijão de corda, fava grande do sertão

Lagarto cidade linda Lagarto bela

E a feira de Lagarto vou contar o que tem nela

No mercado da farinha só tem farinha bacana é farinha de Sergipe de Lagarto e Itabaiana é farinha de primeira feita por pessoa humana

(Letra de música sobre a feira de Lagarto – Melão e Melado)

A feira caracteriza-se por ser o principal centro para a comercialização dos produtos cultivados pelos agricultores familiares, com destaque para os produtos hortifrutigranjeiros. Oliveira e Costa (2013) salientam que a laranja tem como destino a feira livre e a venda para a indústria de sucos. A comercialização com a indústria não é efetivada diretamente pelos agricultores. Ela ocorre por meio de atravessadores, que adquirem a mercadoria nos estabelecimentos familiares e a comercializa com o setor secundário instalado no município de Estância. Alguns desses intermediários dividem parte da produção para a indústria, e outra parte comercializa diretamente na feira.

Ao considerar a Feira Livre como um elo entre o campo e a cidade, parte-se do princípio de que, com sua realização, é possível a troca entre a produção do campo e da cidade de uma forma direta, na qual aqueles que produzem no campo se dirigem para a cidade, e comercializam sua produção, além de adquirirem produtos oriundos da cidade (LIMA, 2012, p. 87).

A relação campo-cidade é evidenciada, sobretudo, na feira realizada às segundas-feiras, uma vez que predominam consumidores e feirantes oriundos dos povoados, que se deslocam até a cidade para comercializar sua produção de frutas, verduras, leguminosas, farinha e derivados de mandioca.

Além da proximidade existente entre os feirantes, os consumidores e a mercadoria, a feira caracteriza-se por apresentar espaços de pequena dimensão, nesses espaços “[...] seu capital é reduzido, assim como seu volume de negócios; os estoques são pequenos e o número de pessoas ocupadas em cada estabelecimento também é pequeno” (Santos, 2004, p. 212). Desse modo, na feira predomina no comércio em pequena quantidade, principalmente no setor

destinado à comercialização de produtos perecíveis, como carnes, frutas e verduras. Os estoques são reduzidos em função da manutenção da qualidade dos produtos e do seu armazenamento.

No que se refere à acumulação de produtos, Porto (2005, p. 90-91) salienta que, “no caso dos que vendem o que produzem, os feirantes rurais, a possibilidade de ‘acumular’ é nula, pois a medida que se dá a colheita ou produção de determinado bem, dá-se também a venda do mesmo na feira”. Portanto, a não acumulação de mercadorias associa-se diretamente com a venda em espaços de pequena dimensão. Nesses espaços, também é reduzido o número de pessoas envolvidas na realização das atividades. Geralmente predominam os membros da família ou vizinhos e amigos. Porto (2005) salienta sobre as relações existentes no setor informal:

Quanto às relações no CI elas resultam quase sempre de um contrato pessoal estabelecido entre as partes, onde se dá grande importância ao trabalho familiar, diferentemente do setor formal, onde a presença dos membros da família nos estabelecimentos é insignificante (PORTO, 2005, p.88).

Diante disso, cabe ressaltar a inserção da base familiar nas atividades desenvolvidas na feira, assim como no processo de organização e/ou elaboração das mercadorias comercializadas, como salienta um feirante: “*aqui na feira mesmo só vem eu e minha esposa, meus filhos estudam, e nas horas vagas me ajudam, não quero que eles deixem os estudos, mas quero que eles aprendam o que eu faço porque eu também aprendi com meu pai.* (Feirante 15, maio 2017.)” Com isso constata-se a inserção da família em todo o processo, desde a fabricação dos produtos até seu destino final: a comercialização na feira.

Na área destinada à comercialização de produtos agrícolas, a lavoura é estritamente de base familiar, ou seja, os grupos familiares desenvolvem as atividades no campo durante alguns dias da semana e destinam o dia anterior à feira para a organização e seleção dos produtos a serem comercializados. A feira constitui-se como principal espaço de circulação dos produtos agrícolas da região Centro-Sul, com predomínio do comércio a varejo.

O estudo da feira de Lagarto aponta a relevância desse espaço de comercialização carregada de experiências e práticas familiares para a transmissão do saber fazer, estratégia fundamental para a reprodução social tanto de feirantes quanto dos agricultores. É a partir das atividades desenvolvidas que grupos familiares geram postos de trabalho e renda essencial para aqueles residentes no espaço urbano e rural.

3.3- Identidades no território da feira do município de Lagarto/SE

As feiras constituem territórios que são marcados pela identidade daqueles que delas fazem uso. Os grupos que se apropriam produzem uma territorialidade e o sentimento de pertencimento ao lugar, lugar este que faz parte de suas vivências cotidianas. Nele surgem sentimentos, “(...) muitos laços de identidade se manifestam na convivência com o lugar, com o território (...)” (ALMEIDA, 2008, p, 59). A vivência nesse território permite que se sintam integrantes, e ali se desenvolvem relações e laços de sociabilidade.

No território da feira de Lagarto/SE acontecem diversos tipos de contato. Os grupos que se deslocam para suas atividades cotidianas não o frequentam apenas com o intuito de comprar e vender produtos, mas também de aproveitar para realizar consultas médicas e exames na cidade e resolver pendências junto às agências bancárias. Além disso, também utilizam esse espaço como forma de lazer: encontram seus amigos, reúnem-se em barracas onde consomem alimentos e bebidas, negociam e conversam.

Os momentos de convivência existentes na feira são fundamentados na identidade social de um grupo, que procura esse território para se reproduzir socialmente, Azevedo (2011, p.34) considera “(...) a identidade social como um conjunto de características comuns com o qual grupos de humanos se identificam (...) de acordo com as condições espaço-temporais em que o grupo está inserido. ” Desse modo, os grupos que se reúnem em barracas de alimentos para conversar em mesas geralmente apresentam a mesma faixa etária. Existem mesas ocupadas por jovens, adultos e pessoas idosas que conversam e fortalecem os vínculos de amizade. Observa-se nesse microterritório os laços de sociabilidade são fundamentados em, “(...) uma convivialidade, uma espécie de relação social, política e simbólica que liga o homem à sua terra e, simultaneamente, estabelece sua identidade cultural” (ALMEIDA, 2008, p. 58). Desse modo, são estabelecidas relações que se consolidam e se desenvolvem por meio das atividades que são realizadas.

Nos dias das feiras no município de Lagarto, a cidade amplia seu território, afinal sua “centralidade” não se deve apenas as feiras, há intensa circulação de pessoas, mercadorias e veículos. São atores que vendem os mais variados produtos e prestadores de serviços que amanhecem no centro com suas mercadorias e seus instrumentos de trabalho.

A primeira atividade a ser realizada é a organização das barracas, em que são feitos os últimos ajustes na montagem, pois em alguns casos as bancas são organizadas por empresas contratada pela prefeitura para realizar a montagem, e os feirantes pagam uma taxa referente a esse serviço. No caso daqueles que comercializam roupas, as barracas são montadas pelos

feirantes, como mostra a foto 11, pois as bancas são transportadas e utilizadas por eles em outras feiras.



Foto 11: Feirante organizando barraca – Lagarto/SE.
Fonte: SANTOS, V.M, maio 2017

O processo de organização das barracas na feira representa a transformação do espaço em um território que representa um grande mercado de comercialização a céu aberto. Os caminhões estacionam para descarregar as mercadorias, e a partir daí ouvem-se os primeiros sons: o barulho dos veículos estacionando, a balbúrdia das caixas que saem desses veículos para o interior das barracas, e nesse momento tudo passa a ter cor, cheiro, som e movimento, até o momento em que os consumidores passam a circular a fim de adquirir os produtos.



Fotos 12 e 13: Caminhão descarregando caixas, e barracas sendo montadas - Lagarto/SE.
Fonte: SANTOS, V.M, maio 2017.

Ao realizar o trajeto na feira é possível verificar o ritmo acelerado que agita esse território, pois ao circular observa-se a intensidade dos movimentos para preparar os produtos a serem comercializados, e também os movimentos utilizados para atrair os clientes: são piadas, rimas,

brincadeiras. Esses são os sons mais utilizados pelos feirantes para que os consumidores possam se aproximar das mercadorias.

Em sua pesquisa sobre feiras, Vedana (2017, p. 45) ressalta que “Os pequenos diálogos entre fregueses e feirantes, as conversas e negociações, as piadas e jocosidades, os anúncios e pregões, têm um lugar fundamental na emergência das trocas sociais que fazem o mercado, e, neste sentido, a feira livre é um constante fazer-se.” São conversas que se iniciam com o intuito de atrair os consumidores, utilizando rimas e brincadeiras para que os clientes se aproximem da mercadorias, a exemplo de: *“Moça bonita não paga, mas também não leva”*, *“Madame pode chegar para olhar”*, *“vai levar o quê hoje, freguesa?”*, *“é pra vender tudo hoje, o quilo tá baratinho, baratinho”*, *“pode chegar, freguês, um mamão é dois, e três é cinco”*. Essas frases são comuns ao longo do dia na feira, porém, após o meio-dia e à medida que feira se aproxima da finalização, o barulho se intensifica, os feirantes gritam mais alto para que os clientes se sintam atraídos por sua mercadoria, uma vez que, nas horas finais os produtos não apresentam a mesma qualidade e aparência que exibiam no início da sua exposição, como diz a letra do samba enredo: *“tem zoeira, tem zoeira, hora de xepa é final de feira”*³. Nesse momento, surgem promoções, e a ferramenta que os feirantes possuem para anunciar é sua voz, por isso gritam intensamente, com o objetivo de não retornar para suas residências com excedente de mercadoria.

Quando os fregueses se aproximam das barracas para olhar/comprar os produtos, um breve momento de conversa se desdobra em diversos assuntos, e principalmente em pechincha: no momento da análise da mercadoria, os consumidores aproveitam para tentar conseguir desconto na compra dos produtos.

A barganha ou pechincha por parte do freguês, as quais são sempre cedidas pelos feirantes com o intuito de agradar o cliente, o bom atendimento e a atenção aos fregueses às estratégias de conquista e os sons/barulhos. Todos esses aspectos são traços comuns em qualquer feira. Além de satisfazer o feirante, essa interação com os fregueses é um elemento fundamental que contribui para o trabalho do feirante, construindo laços de reciprocidade (NASCIMENTO; AMORIM, 2010, p.04).

O ato de pedir desconto é comum no território da feira, e destaca-se como um momento de interação entre o feirante/vendedor e o freguês/consumidor da mercadoria, pois nesse momento o feirante aponta as possibilidades e impossibilidades de ofertar o desconto solicitado

³ Samba enredo da escola de samba Caprichosos de Pilares em 1982

Disponível em: <http://www.galeriadosamba.com.br/carnavais/caprichosos-de-pilares/1982/15/>

pelo freguês. A partir desse momento de conversa e pechincha, é possível distinguir dois tipos de consumidores na feira: o “amigo e o desconhecido”, evidenciando a existência dos laços de sociabilidade nesse território. Tal fato se destaca no momento da pechinha, pois um amigo possuirá maior facilidade em solicitar o desconto que um desconhecido, que será tratado com educação e cordialidade, porém, não se sentirá tão à vontade para o fazer (GONÇALVES ABDALA, 2013).

A partir desse momento de compra e venda de produtos, surgem conversas acerca da qualidade das mercadorias e preços que acabam por se desdobrar em vários outros assuntos. Essas conversas marcam a identidade que os sujeitos demonstram ao realizarem suas atividades. Em momentos como esse, pode-se verificar a transmissão do saber fazer, o que fica evidenciado no momento dos diálogos referentes às atividades que realizam cotidianamente, repassando para os demais participantes do grupo os seus conhecimentos e práticas acerca da atividade que desenvolvem na feira.

A posição em que as barracas são organizadas favorecem esse diálogo. Elas encontram-se organizadas ao longo da feira, de acordo com os produtos que cada uma comercializa. As barracas enfileiradas uma ao lado da outra e com um corredor entre elas, oferecem grande diversidade de produtos, como frutas, verduras, comida de feira⁴, roupas, calçados, utilidades domésticas, artesanato confeccionado em palha, barro e couro, móveis em madeira, dentre outros produtos.



Figura 14 e 15: Barracas enfileiradas - Lagarto/SE.
Fonte: SANTOS, V.M, novembro 2017.

⁴ Pastel, caldo de cana, alimentos tradicionais derivados de mandioca, café da manhã e almoço, etc.

Apesar de sua dinamicidade e importância, vale ressaltar que existe um processo de expansão de novas formas de comercialização no município, que ocupam espaços nas proximidades onde se realizam as atividades comerciais tradicionais, como os supermercados locais e as redes de estabelecimentos transnacionais. Embora tenham vantagens, como facilidade nas formas de pagamento por meio de cartão de crédito, essas novas formas de comercialização não abalam o comércio tradicional.

Mesmo assim, é preciso que os feirantes enfrentem a competição com esses novos negócios, e, para tanto, introduzem em suas atividades as suas peculiaridades pessoais para se reproduzir no sistema econômico. Desse modo, esse trabalho torna-se uma atividade ampla, pois não tem fim puramente econômico. O mesmo local em que trabalham é considerado também como um espaço de lazer. Sem sair do lugar, vivem a “pluralidade” de conciliar trabalho e lazer (CERTEAU, 2012), inventando e reinventando um território agradável para a sua existência e reprodução socioeconômica.

Nos locais de trabalho são difundidas técnicas culturais que são repassadas ao longo de gerações. Estas, por sua vez, estão camufladas na reprodução econômica, ou seja, os atores vivenciam uma atividade com a função de reproduzir-se economicamente, mas, ao mesmo tempo, também dão sequência a uma forma de trabalhado que sobrevive e resiste ao longo de décadas, que em sua maioria são herdadas dos antepassados (CERTEAU, 2012).

Os saberes familiares estão enraizados tanto entre feirantes quanto entre os consumidores. Estes relatam desenvolver laços de amizade com os feirantes, que, por sua vez, ressaltam que desde a infância acompanhavam os pais nas atividades referentes ao trabalho na feira.

Eu vinha à feira desde pequena com minha mãe, a gente vinha vender, eu, mais brincar que vender, com o passar do tempo eu comecei a vender em outra banca para aumentar a renda, e aí conheci o meu marido aqui na feira, ele vendia na barraca ao lado da minha, a gente ficou amigo, ele me ajudava a carregar o peso, e aí deu no que deu (risos). (Feirante 01: março, 2017).

Nesse ínterim observamos que no território da feira é possível encontrar diversos tipos de relações sociais que se desenvolvem no momento de realização das atividades. Para além do exemplo anterior, circunscrito ao campo amoroso, salientamos os vínculos de amizade existentes entre os feirantes e os consumidores. Uma prática muito comum na feira é o ato de guardar a mercadoria dos fregueses em sua barraca enquanto esses realizam o restante das compras até o momento do retorno a casa. Além desse ato de confiança, observamos nesse território que quando os feirantes não possuem troco para devolver para os consumidores, eles

dizem que podem pagar na semana seguinte. Isso ocorre quando o seu vizinho de barraca não ajuda trocando o dinheiro para que o troco seja devolvido ao freguês.

Outra relação de sociabilidade existente é a venda de produtos da barraca vizinha (apesar de serem concorrentes). Quando o feirante precisa sair para realizar alguma atividade básica/essencial/fisiológica fora da barraca, mesmo o vizinho vendendo o mesmo tipo de produto, se um freguês se aproxima daquela pela qual ficou responsável por olhar, ele realiza a venda, e quando do retorno do feirante, o dinheiro adquirido com a venda é repassado.

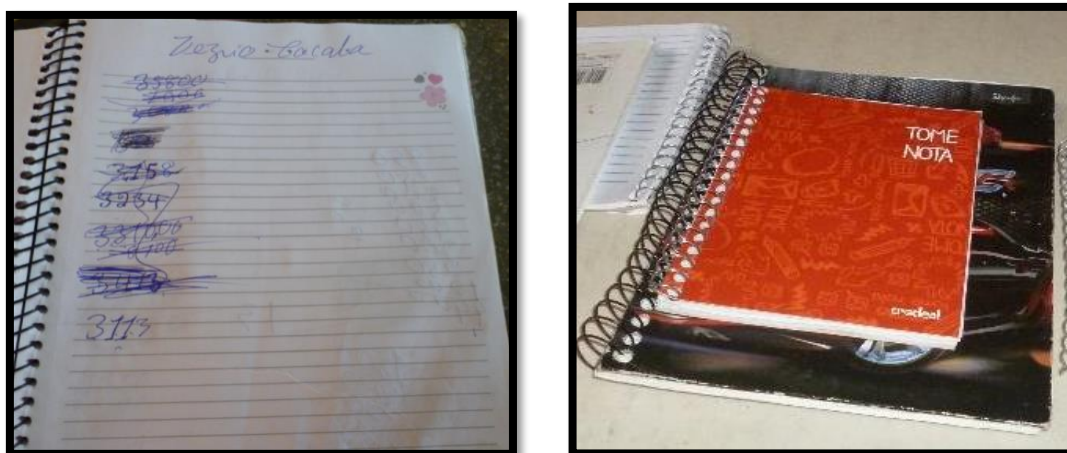
Em suas territorialidades, os feirantes compartilham estratégias de trabalho, transferindo assim seus costumes e suas práticas a fim de manter suas relações e as suas atividades de feirantes, mantendo sua cultura.

Como salienta Vedana (2004, p.52), “este ambiente de feira-livre pode ser ‘vivido’ pelos fregueses...” por meio das práticas simbólicas, desde a confiança com o feirante que se expressa na aquisição dos produtos e também nas relações de amizade que surgem por meio dessa prática semanal.

3.4- Laços de confiança e vínculos de sociabilidade no território da feira de Lagarto

Os laços de confiança observados na feira se dão principalmente no que se refere à forma de pagamento “fiado”. Esse tipo de venda se dá principalmente nas barracas em que são comercializados alimentos industrializados, cereais, roupas e calçados. Com o passar do tempo, os consumidores se tornam fregueses fixos das barracas, constituindo desse modo laços de confiabilidade com os feirantes. Desse modo, em alguns momentos esses fregueses efetuam suas compras sem o dinheiro, os feirantes realizam a venda e anotam em seus cadernos, e semanalmente, quinzenalmente ou mensalmente os fregueses retornam para efetuar o pagamento das mercadorias.

A gente vende fiado, mais pra vender tem que ser as pessoas conhecidas, se a gente vende a quem só vem aqui comprar de vez em quando, aí a gente fica no prejuízo. Já aconteceu de vender a pessoa ficou de vim pagar aí nunca mais apareceu, depois de mais ou menos um ano veio querendo comprar de novo, achava que eu já tinha esquecido, por isso a gente só vende a quem é conhecido ou parente... mais nem a todos. (Feirante 02, março de 2017)



Fotos 16 e 17: Cadernos para anotações de venda fiado.
Fonte: SANTOS, V.M, março 2017

Esse tipo de transação demonstra como é importante a criação de vínculos entre os feirantes e os consumidores, pois permite a manutenção e reprodução dessa forma tradicional de pagamento que está inserida no território da feira desde o seu surgimento. Mesmo com a inserção das novas ferramentas de pagamento – cartão de crédito –, nesse território as práticas tradicionais resistem.

Em decorrência das relações identitárias e de confiabilidade nos produtos, esses pontos de vendas na feira permanecem expandindo o volume comercializado semanalmente. Haesbaert (1999) salienta que as identidades se situam frente a ou em um espaço simbólico social/historicamente produzido. A feira apresenta características históricas que se atualizam a cada dia, mantendo sempre os seus aspectos tradicionais.

Diante do avanço tecnológico, surge na feira uma nova forma de pagamento, que é realizado via cartão de crédito. Essa ferramenta é utilizada no setor formal e passa a ser empregada pelos feirantes em seu território. O uso desse recurso auxilia nas vendas, pois muitos consumidores deixam de adquirir os produtos na feira quando não possuem o dinheiro, fazendo uso do cartão de crédito na compra das mercadorias.

Verifica-se, nesse caso de avanço tecnológico, como os feirantes adequam-se à nova realidade, *“conforme o tempo passa a gente tem que se adequar às mudanças, senão a gente perde a venda”* (Feirante 03: março, 2017), ressaltou a vendedora de utilidades domésticas que faz uso da máquina de cartão de crédito em sua barraca na feira.



Foto 18: Nova forma de pagamento - Lagarto/SE.
Fonte: SANTOS, V.M, março 2017

A inserção dessa nova ferramenta de trabalho, utilizada como uma das formas de pagamento na feira, não altera as práticas que existiam em períodos passados. Mantêm-se os pagamentos em espécie e anotado em cadernetas, como assevera Cansanção (2009, p.77) “A compra nas feiras é direta e nas formas de pagamento estão também inseridas características como a confiança, respeito e responsabilidade tanto de quem vende os produtos, quanto de quem os adquire. ” E tais particularidades não se perdem, o que ocorre é apenas a inserção daquilo que Santos (2006, p.190) denomina de meio técnico-científico-informacional e salienta que “antes, eram apenas as grandes cidades que se apresentavam como império da técnica, objeto de modificações, supressões, acréscimo, cada vez mais sofisticados e mais carregados de artifício. Esse mundo artificial inclui, hoje, o mundo rural”. E, desse modo, não inclui apenas o mundo rural, mas também o circuito inferior da economia urbana como forma de intensificar as vendas.

Para além de espaço comercial, as feiras conformam um “lugar do encontro, da troca, da vivência coletiva. Nesses lugares de realização da vida, os diferentes grupos sociais trabalham, consomem, realizam formas culturais e vivenciam os limites do exercício da escassa cidadania” (MASCARENHAS E DOLZANI, 2008, p. 73).

No território da feira podemos observar a existência de uma agitação diferenciada. Na feira, os seus participantes conversam e sabem das novidades e realizam seus encontros sociais, culturais e políticos. Sobre esses encontros que acontecem na feira de Lagarto/SE, Cansanção (2009) salienta:

Na feira acontecem os contatos mais simples, pois a mesma torna-se um grande ponto de encontro entre as pessoas dos mais diversos lugares da região.

Assim, a feira é visitada por pessoas que não apenas buscam a compra ou a venda, mas, também, por pessoas que se encontram nos bares a fim de trocar ideias, bater um bom papo, e rever amigos de outras localidades (CANSANÇÃO, 2009, p. 79).

Nesse ínterim, é importante ressaltar que, no território da feira não ocorrem apenas trocas materiais. As interações que ali ocorrem possibilitam um intercâmbio de saberes entre aqueles que se encontram cotidianamente (TEDESCO, 2015). As feiras são consideradas como “espaços privilegiados de sociabilidade de trocas de elementos diversos, muito além das econômicas. Há muita memória, muito conhecimento e saberes que circulam nos processos interativos de compra e venda nas feiras” (ZANINI; SANTOS 2017, p.8). Durante os momentos de interação entre os atores envolvidos em todo o processo existente em um dia de feira, são realizados momentos de interação, e durante esses momentos, os saberes são transmitidos entre os grupos de feirantes e também com os fregueses. Para além dos saberes transmitidos *in loco* entre aqueles que ali atuam, os saberes também são transmitidos de geração a geração por meio da convivência cotidiana na feira.

O constante fazer existente na feira é formado a partir das práticas sociais, e os gestos, os ritmos e sonoridades marcam de forma distinta os significados de “fazer feira”. Nesse território de comercialização de produtos, é possível verificar o trânsito entre o mundo rural e urbano como uma construção simbólica, marcada pela relação existente entre os feirantes e os consumidores.

CAPÍTULO 04 – EXPLORANDO O TERRITÓRIO DA FEIRA E A DIVERSIDADE DE PRODUTOS



Tela de Edmar Fernandes – Feira

Disponível em: <http://ajurartesbrasil.blogspot.com.br/2015/07/>

Moça bonita não paga

*Vamos homenagear (Vamos homenagear)
A feira livre e o mercado popular (E o dito
popular)
Quando vem o amanhecer
Um pouco antes do sol nascer
A feira livre está pronta
E nela desponta a cabrocha Lili
Fazendo o florista sorrir
E o vendedor ambulante
Dizer coisa interessante
Quando passa por ali (Lá vai Lili)
[...]
O vendedor de laranja grita
Moça bonita aqui não paga
Pisa na casca de banana escorrega*

Aqui não paga mas também não leva

***Compra peixe Lili, compra peixe Lili
Já é meio dia de bolsa vazia não pode sair***

***Tem zoeira, tem zoeira
Hora de xepa é final de feira***

Samba enredo Caprichosos de Pilares 1982

Autor(es) do Enredo

Luiz Fernando Reis

Disponível em:

<http://www.galeriadosamba.com.br/carnavais/caprichosos-de-pilares/1982/15>

CAPÍTULO 04 – EXPLORANDO O TERRITÓRIO DA FEIRA E A DIVERSIDADE DE PRODUTOS

O início da observação dos aspectos da feira remete à transformação do espaço em que se realizam, pois, ganha uma forma diferenciada durante esses dias. São sons, cores, cheiros intensos e peculiares que criam um espaço diferenciado durante alguns dias ao longo da semana. Cada um desses espaços é ocupado por tipos de produtos específicos, como apresentado no mapa 02, e cada um desses territórios de comercialização serão retradados no texto de forma sequenciada.

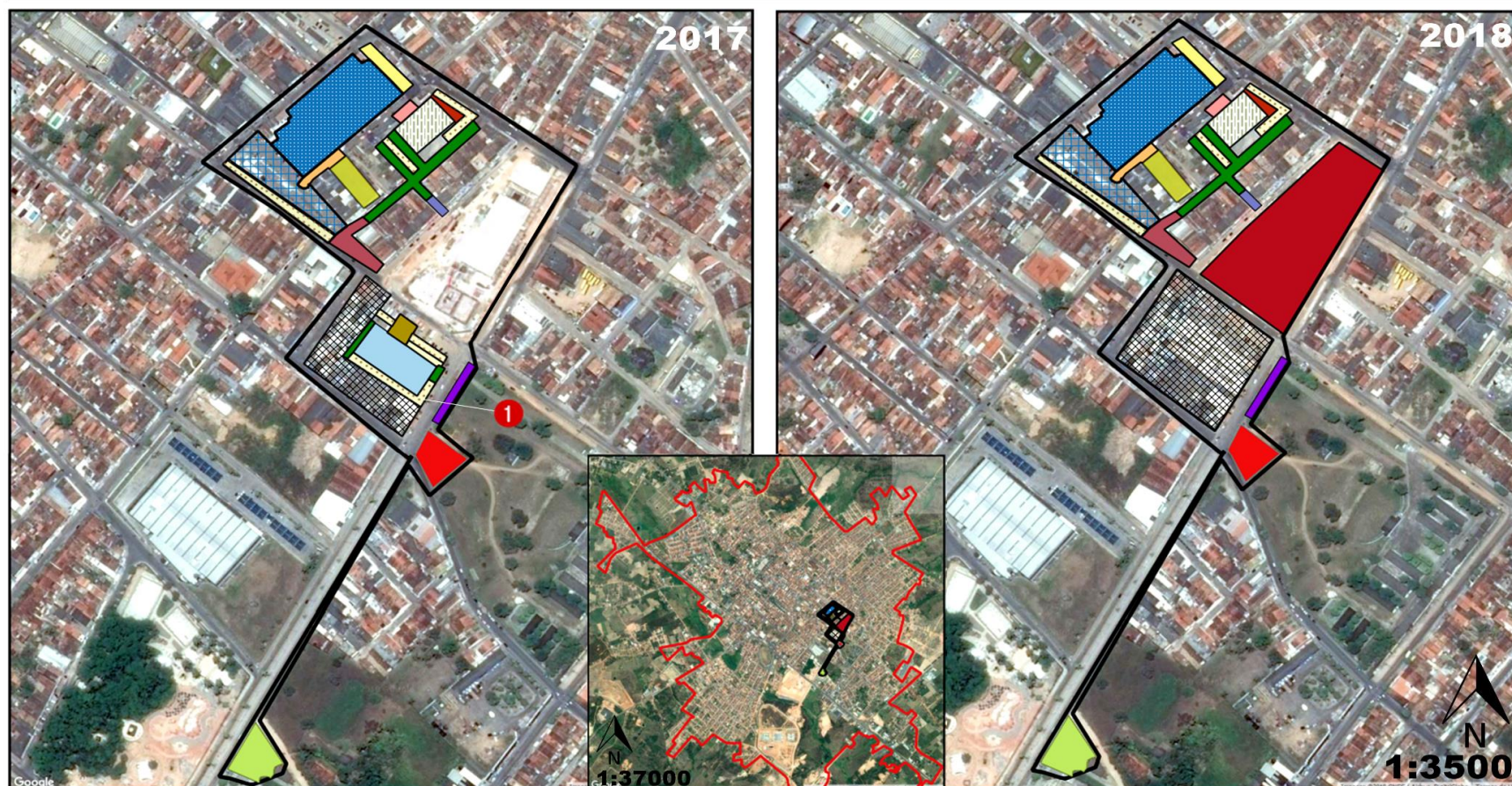
Os produtos que são comercializados encontram-se organizados em locais próximos. As frutas e verduras ocupam uma parte do mercado da banana e seu entorno; o artesanato confeccionado em barro, atrás do mercado farinha; e as roupas e calçados, em frente ao mercado antigo. Para além desses produtos, o município conta com feiras exclusivas para a venda de animais, a chamada feira de gado, e também com a feira das trocas. Estas ocorrem em locais específicos. A feira de animais acontece no parque de exposições do município, e a feira das trocas, ao lado de uma quadra de esportes denominado de “ribeirão”.

No início da pesquisa de campo a feira do município encontrava-se com sua organização alterada em decorrência da reforma do antigo mercado da carne, por conseguinte, as carnes eram comercializadas no espaço do estacionamento da feira. Durante o período em que as obras aconteciam, diversos rumores surgiram no território da feira no que se refere, a ocupação do seu espaço pelos feirantes, os diálogos eram sempre relacionados as taxas que deveriam ser pagas pelo uso do box dentro do mercado, e como estes seriam distribuídos.

Após debates realizados entre o Ministério Público, Câmara de vereadores e Associação de feirantes, para a discussão acerca do modo de distribuição dos boxes, ficou decidido que seriam entregues aos feirantes por meio de processo licitatório. Após a decisão os feirantes foram convocados a participar das etapas de abertura dos envelopes de documentação para a escolha dos boxes no interior do mercado.

Ao final da pesquisa o mercado que antes da reforma comercializava apenas carnes é reaberto e encontra-se totalmente ampliado, com espaços destinados a venda de diversos produtos em seu interior, com boxes para as frutas, verduras, cereais, e na parte superior lanchonetes, como representado no mapa abaixo.

MERCADOS E FEIRAS, LAGARTO/SERGIPE, 2017-2018



MERCADOS:

- Mercado Público José Correia Sobrinho
- Mercado Municipal Antigo
- Mercado da Farinha
- Mercado da Banana

FEIRAS:

- Feira de Gado
- Feira das Trocas
- 1 Feira da Fumaça

SETORES:

- Artesanato de Madeira e Palha
- Artesanato de Couro e Palha
- Artesanato de Barro
- Alimentos Tradicionais
- Alimentos Industrializados

- Frutas e Verduras
- Roupas e Calçados
- Produtos Importados
- Móveis de Madeira
- Jogos Populares

- Produtos agropecuários
- Pescados em geral
- Carnes
- Estacionamento

Fonte: Pesquisas de Campo 2017, 2018; Google Satellite, 2018. Organização: Vanessa Modesto dos Santos; Hebert Ruan da Conceição Silva, 2018.

4.1- Aspectos culturais da feira de Lagarto

O município de Lagarto conta com grande diversidade de produtos em suas feiras semanais. Nesse espaço circulam, em meio à mercadoria, grupos de consumidores que procuram produtos que atendam às suas necessidades. Cada setor da feira comporta produtos específicos que atraem a população.

Cada espaço é de domínio de uma mercadoria. No chamado mercado da banana, podemos encontrar diversas frutas para além daquela que nomeia o local. Nesse território se reúnem grupos de feirantes e produtores a fim de vender sua produção rural, mas igualmente identificamos aqueles que adquirem suas mercadorias em centrais de abastecimento (CEASAS), e também por meio da figura do atravessador, para em seguida comercializar nesses espaços.



Foto 19: Mercado da banana - Lagarto/SE.
Fonte: SANTOS, V.M, novembro, 2017

O mercado da banana comporta frutas, verduras, legumes, além de alguns produtos importados. Nesse espaço há intensa circulação de pessoas, pois liga a feira de um lado a outro. Ao lado direito desse mercado é possível encontrar artesanatos confeccionados em palha, redes, e utensílios para as residências, enquanto ao lado esquerdo apenas são encontrados frutas, verduras e legumes.



Foto 20: Lado esquerdo do mercado da banana.

Foto 21: Lado direito do mercado da banana

Fonte: SANTOS, V.M, novembro de 2017

As frutas e verduras que aí são comercializados têm origens diversificadas, algumas são frutos da produção agrícola local, e outras que não podem ser produzidas na localidade em decorrência de fatores climáticos e do solo, são adquiridas dos estados de Pernambuco, e algumas são transportadas das regiões Sul e Sudeste do país.

No setor em que são comercializados legumes e verduras, os cheiros de algumas verduras se destacam em meio a outros. O aroma de verduras frescas e recém-colhidas chamam a atenção dos clientes que circulam pelo local em busca de produtos com qualidade.

Gosto de comprar verdura na feira porque é fresquinho, tem esse cheirinho de que foi tirado na hora, e sem contar que dura bastante, toda semana eu compro aqui porque tem qualidade, é tudo bem novinho, não tem nada murcho, agora se eu vier à tarde, não dá para encontrar assim tão fresquinho porque passa o dia todo aqui e é quente, por isso prefiro vir pela manhã.
(Consumidor 01, março, 2017)

Tal fato mostra que os fregueses frequentam a feira na busca de produtos que possuem qualidade e destacam os melhores horários para as compras. Existem aqueles que preferem comprar nas primeiras horas, enquanto outros buscam ir nas horas finais, pois, embora os produtos não apresentem a mesma qualidade que possuíam no início, os fregueses conseguem pechinchar junto ao feirante, como ressaltado na música “hora da xepa e final de feira”. Isso acontece nesse horário porque os feirantes não querem retornar com a mercadoria, então criam promoções e anunciam por meio de gritos, para que os clientes se aproximem.

Essa prática de realizar promoções na feira acontece apenas nos setores voltados para a comercialização de alimentos perecíveis, pois esses não podem ser armazenados até a feira seguinte, então para que não percam a mercadoria, vendem a um preço mais acessível. Isso não é comum àqueles feirantes que comercializam roupas e calçados, pois os seus produtos podem ser guardados até a semana seguinte, quando são postos novamente à venda.

4.2- Roupas e calçados nas feiras de Lagarto/SE

Dentre os produtos da feira de Lagarto/SE, destacam-se as roupas. A feira que ocorre às segundas e quintas apresenta maior quantidade desse tipo de mercadoria. Estas são originárias de Caruaru, em Pernambuco, Fortaleza, no estado do Ceará, e também da cidade vizinha de Lagarto, Tobias Barreto. Essas cidades têm em comum o destaque para a fabricação e comercialização de roupas com preço acessível para a revenda.

Os comerciantes desse tipo de produto se deslocam para essas cidades a fim de realizar compras quinzenalmente e/ou mensalmente. Lá compram as mercadorias de acordo com as tendências do período, e as deslocam até suas residências, nas quais funcionam lojinhas de roupas, e no dia da feira transferem a mercadoria das prateleiras das lojas diretamente para as barracas. As roupas são expostas em cabides e manequins que os feirantes transferem até esse espaço de comercialização na feira.

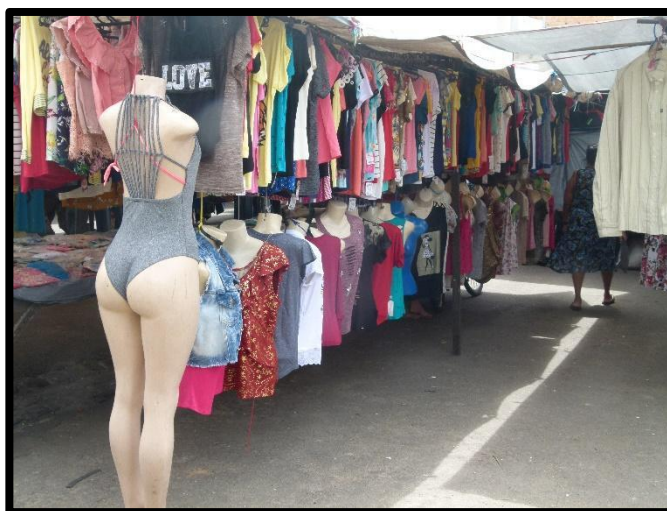


Foto 22: Roupas expostas em barraca na feira - Lagarto/SE.

Foto: SANTOS, V.M, maio 2017

Os feirantes de vestuário que residem na área urbana de Lagarto ressaltam que usam carroças alugadas para transferir suas mercadorias até a feira. Já os que residem em cidades vizinhas, a exemplo de Simão Dias e Itabaiana, fazem uso de veículos próprios e também alugados para fazer o deslocamento junto com as mercadorias. Esses feirantes que residem em outras cidades salientam que vendem em Lagarto *“por que aqui a feira é grande, vem gente de muitas cidades pra comprar, daí dá lucro, a gente vem vender aqui é melhor do que ficar só na feira de nossa cidade”*, ressaltou a feirante.

As mercadorias são expostas de forma a chamar atenção dos clientes. Os clientes desse tipo de mercadoria em geral são clientes fixos, que compram há certo tempo naquele local. As

vendas a esse tipo de público são efetuadas por meio do sistema de cadernetas: o freguês compra a roupa, e o feirante anota em seus caderninhos, e o pagamento é realizado semanalmente, quinzenalmente e também mensalmente. Os valores das parcelas não são fixos, os consumidores pagam o valor que têm, e o feirante vai amortizando a dívida em suas anotações.

Para aqueles que não são conhecidos dos feirantes, eles fazem uso de máquinas de cartão de crédito e efetuam as vendas. Essas máquinas são deslocadas de suas lojas até a feira e facilitam todo processo de venda da mercadoria, ressaltam os vendedores desses materiais.

Outro produto que é facilmente encontrado nas feiras e que são expostos nas barracas são aqueles destinados ao uso nas residências: roupa de cama, mesa e banho, conjuntos de panos para a cozinha, capas para objetos de uso doméstico, cortinas e mosquiteiros. Os feirantes ressaltam que estes produtos são todos adquiridos no município de Tobias Barreto para serem comercializados nas feiras.

Os calçados que são vendidos na feira passam por um processo semelhante ao das roupas: são adquiridos por meio de representante das marcas e são deslocados até as feiras para a venda. Os feirantes de calçados, de modo semelhante aos que comercializam roupas, possuem em suas residências um espaço destinado à venda do produto nos dias em que não estão atuando nas feiras.

Esses feirantes ressaltam que existem períodos em que as vendas são melhoradas, *“a gente que vende esse tipo de coisa vende mais, no início do ano, no Natal, ano novo, em junho, por causa das festas de São João, e em setembro aqui em Lagarto, por causa da festa da exposição que vem banda de fora”* (Feirante 04, março, 2017). Desse modo, evidenciamos que os feirantes que atuam na comercialização desses produtos conhecem bem a atividade e identificam os melhores períodos de vendas nas feiras.

Os grupos que atuam na feira de Lagarto trabalham em feiras de outros locais que ocorrem em dias distintos. Constatou-se que aqueles que comercializam para além de Lagarto vendem também nas cidades de Simão Dias, Salgado, Boquim, Itabaiana, em Sergipe, e em Paripiranga, na Bahia. Isso é evidente em Lagarto, pois apenas na segunda-feira é possível encontrar maior número de barracas que vendem esses produtos. Mas, para além das frutas, verduras, roupas e calçados, identificamos uma diversidade de produtos industrializados como os brinquedos, os produtos pirateados como os CDs, DVDs e aqueles oriundos de outros países, esses produtos serão especificados na sequência.

4.3- Brinquedos, CDS, DVDs e produtos importados

*Os ambulantes se espalham com um sem fim de artigos e bugingangas: brinquedos, panos de copa e enfeites de casa.*⁵

Em sua diversidade, a feira apresenta produtos de várias origens e localidades. Em seu território podemos encontrar elementos particulares, que tornam esse espaço multicolorido e repleto de sons, que muitas vezes se misturam, e quando associam-se às conversas e jogos dos feirantes para atrair os clientes, conforma o espaço típico da feira.

As feiras nordestinas são diferenciadas, e tal fato se apresenta pela mistura de elementos e objetos que se tornam integrantes das particularidades locais. Nas feiras de Lagarto, encontramos produtos de origens diversificadas, são produtos pertencentes à cultura local e aqueles fabricados e comprados em outras localidades, como é caso dos produtos importados.

Encontramos na feira desde brinquedos de plástico, acessórios masculinos e femininos, utilidades domésticas, a exemplo de panelas, vasilhas, eletroportáteis e eletrônicos. Esses produtos são adquiridos principalmente da cidade de Feira de Santana, na Bahia centro de distribuição desses produtos. Alguns feirantes ressaltam que se deslocam até a cidade baiana para adquiri-los e comercializar na feira do município sergipano.

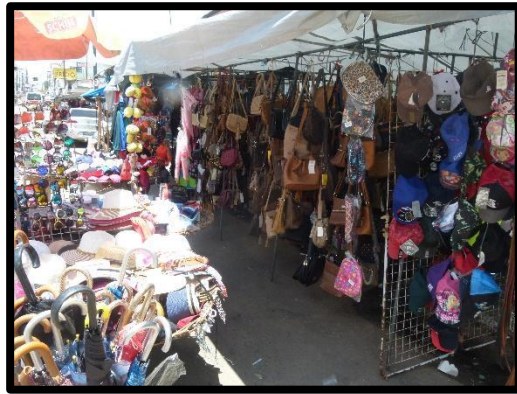
Esses produtos são encontrados ao longo da feira, mas é possível ainda se deparar com os feirantes móveis, ou seja, aqueles que arrumam suas mercadorias em carrinhos de mão e se deslocam pela feira, fazendo propaganda e buscando clientes para as suas mercadorias, como podemos observar na foto 24.

Para além desses produtos, existe na feira de Lagarto a comercialização de um produto que no momento de sua exposição ocasiona sons específicos originados pelas caixas de som: os CDs e DVDs vendidos por ambulantes que dispõem de carros de som de pequeno porte, que são ornamentados por esses produtos na parte exterior do carro que eles empurram enquanto realizam o trajeto na feira.

⁵ Poesia: Feira Livre

Autor: Didi Leite

Disponível em: <http://didilleite.blogspot.com.br/2015/04/poesia-feira-livre.html> ACESSO EM: 04/08/2017



Fotos 23 - 24 - 25 e 26: Produtos importados, utilidades e acessórios na feira - Lagarto.
Fonte: SANTOS, V.M, janeiro, 2018.

A cada novo consumidor que se aproxima interessado na mercadoria, o som muda, pois cada CD ou DVD vendido precisa ser testado, como forma de garantir ao consumidor o bom estado da mercadoria. Esses feirantes ofertam produtos com uma diversidade de ritmos e sons de modo a agradar ao público.

A esses sons somam-se os carros de propaganda que circulam pelas ruas nas proximidades da feira, fazendo divulgações de lojas do comércio local, expondo os eventos que acontecerão na cidade e também vendendo mercadorias e jogos. Esses sons são adicionados aos ruídos gerados em decorrência das conversas e gritos dos feirantes, que intensificam o som de sua voz para que os clientes sejam atraídos até suas mercadorias.



Foto 27: Carro de propagandas.
Fonte: SANTOS, V.M., janeiro, 2018

4.4- As trocas na feira de Lagarto⁶

Diante da diversidade de produtos expostos e da dimensão que a feira de Lagarto apresenta, o município conta com espaço destinado à chamada “feira das trocas”, que ocorre ao lado do ginásio de esportes Ribeirão, localizado no centro da cidade, na avenida Brasília. Nesse espaço é possível encontrar produtos de diversas origens, que são trocados e comprados pelos feirantes e depois são repassados para o consumidor final.

Nessa feira, são comercializadas mercadorias usadas. Ali encontramos de tudo um pouco: pássaros de diversos tipos, ferramentas, roupas, calçados, eletroportáteis, eletrônicos, aparelhos celulares, bicicletas, produtos que são expostos para que os clientes possam observar e fazer sua escolha. Os feirantes ressaltam que os produtos são frutos de compra e também de trocas: *“Quando alguém não quer mais uma coisa, vem aqui e vende, aí a gente compra, e quando outra pessoa procura, a gente vai lá e vende”* (Feirante 05: janeiro, 2018). Assim funciona o ciclo de trocas das mercadorias nesse território.

⁶ Periodicamente a polícia realiza operações nesse espaço, a fim de apreender produtos que apresentem restrições.



Foto 28: Feira das trocas
Fonte: SANTOS, V.M, janeiro de 2018

Nesse local não encontramos bancas de feira para a organização dos produtos. Os feirantes chegam, armam seus sombreiros e organizam os produtos no chão. As pessoas que frequentam esse território estão à procura de mercadorias com preços acessíveis, pois, como são usados, têm um valor menor que no mercado convencional.

As atividades nesse território iniciam-se nas primeiras horas da manhã e encerram-se antes do meio-dia, quando os feirantes recolhem suas mercadorias e retornam para as suas residências. Na semana seguinte, retornarão ao mesmo local, pois, a feira das trocas acontece somente às segundas-feiras.

Além dos produtos usados, encontramos produtos novos, a exemplo das gaiolas para os animais. O vendedor ressalta que as vendas nessa feira são boas, e também *“é um local bastante procurado pelos consumidores porque se encontra produtos bons, é só procurar direito”*. (Feirante 06, janeiro, 2018)

Nesse território destinado à troca de produtos, encontramos também uma barraca de comida de feira, onde são comercializados alimentos consumidos no café da manhã, lanches como pastéis que são servidos com caldo de cana, sucos, refrigerantes e também algumas bebidas alcoólicas, pois, como o local é afastado da feira livre convencional, a procura por alimentos é constante. Nesse espaço, há intensa circulação de pessoas que levam seus produtos e que procuram adquirir outros, e, após esse momento, recolhem suas compras e seguem em direção à feira livre, onde ficam estacionados os ônibus a fim de retornarem a suas residências.



Foto 29: Consumidor/feirante da feira das trocas
Fonte: SANTOS, V.M, janeiro de 2018

O espaço em que a feira das trocas encontra-se localizada, é o espaço em que as pessoas e veículos se deslocam para chegar até a feira convencional e o estacionamento dos veículos. As pessoas que por ali passam, se dirigem até a área das barracas e lá vão em busca de produtos, nos mercados, e também com os vendedores ambulantes que circulam oferecendo suas mercadorias ao longo da feira.

4.5- Onde tem carnes e pescados tem vendedores ambulantes de temperos e condimentos

E tem a barraca dos pescados sempre cercada dos meninos do limão, do alho e das folhas de louro.⁷

O território da feira está permeado de diversas atividades, assim como esta que é apresentada nesse trecho do poema. Cada setor da feira atrai um tipo diferente de vendedor ambulante. Nos setores voltados para a venda de carnes, é comum encontrar algum vendedor de temperos, em decorrência da necessidade da mercadoria para ser utilizada durante o preparo daquele produto que está sendo adquirido naquele local, nesse caso as carnes – bovina, suína, de aves, pescados e miúdos bovinos. Nesse território as cores se misturam, o vermelho da carne

⁷ Poesia: Feira Livre
Autor: Didi Leite

bovina se destaca, pois ocupa maior parte dos pontos de venda, e faz parte da cultura Agrestina o consumo desse tipo de carne como mistura nas refeições. As aves e os peixes são conhecidos por sua cor mais clara, razão por que são as chamadas de carnes brancas, que unem-se àquelas carnes suínas, que possuem a coloração rosada. Às cores das carnes somam-se aos temperos, que são transportados pelos ambulantes, podemos destacar também o cheiro que se destaca de alguns deles, a exemplo do cominho recém-moído, que exala um forte aroma.



Figura 30: Vendedor ambulante de temperos *in natura* e industrializados

Fonte: SANTOS, V.M, novembro, 2017.

As carnes vendidas na feira de Lagarto são organizadas no interior do mercado público municipal. Dentro desse local, são organizadas em boxes, onde cada um dos feirantes/açougueiros organiza e prepara o produto para seus clientes.



Foto 31:: Box de comercialização de carne bovina

Fonte: SANTOS, V.M, janeiro, 2018

Mas nem sempre a venda da carne na feira aconteceu dessa forma. No início da pesquisa, o mercado encontrava-se fechado para reforma. Durante esse período, os feirantes/açougueiros comercializavam sua mercadoria em barracas que ficavam organizadas em frente ao mercado público. Os feirantes e consumidores ressaltavam que o local não era o melhor para vender a carne, mas que era o que tinham para aquele momento.

As carnes que são comercializadas em Lagarto são oriundas de matadouros do próprio município e de municípios circunvizinhos. Os animais são adquiridos pelos feirantes/açougueiros nas propriedades rurais, diretamente com os pecuaristas que os criam e posteriormente os vendem para o abate. Outros ainda compram os animais na feira de gado que acontece às segundas-feiras na cidade de Lagarto. Para além da venda dos animais, às segundas-feiras identificamos a feira de gado em Lagarto.

4.6- Feira semanal de animais em Lagarto/SE

As feiras na região Nordeste foram instituídas a partir da comercialização de gado em pontos específicos, como foi apresentado no capítulo 2 desta dissertação, destacando desse modo a importância que o gado apresenta para a região e principalmente para os municípios em que a agropecuária é a principal forma de manutenção econômica.

No município de Lagarto, a feira de gado semanal acontece no espaço de exposição de animais Nicolau Almeida, localizado na avenida Brasília, no centro da cidade, nas proximidades da feira. Para esse local se dirige a população rural que desenvolve atividades voltadas para a agropecuária. “Apesar desse tipo de comércio existir na cidade, mais exatamente, nas suas “ilhas” rurais, sabemos que não se faz necessário para o abastecimento da população citadina” (MAIA, 2007, p.3), pois os grupos que habitam a área urbana nem sempre possuem áreas destinadas para a criação dos animais. O público-alvo da comercialização do gado na feira é geralmente os criadores que buscam aumentar o número de animais em seus estabelecimentos rurais.

No local destinado à venda de gado são comercializados bovinos de algumas raças, a exemplo da Nelore, que apresenta um preço mais elevado, e aqueles que são conhecidos como “pé duro”, que não possuem uma raça definida e cujo preço é menor. Encontramos também rebanhos, ovinos, caprinos, equinos e muare, todos oriundos de fazendas e pequenas propriedades do município de Lagarto e dos municípios da região, a exemplo de Campo do Brito, Itabaiana, Salgado e Simão Dias. Para esses espaços se dirigem aqueles que desejam vender, comprar, trocar e observar os animais. Sobre a comercialização de gado na feira na

Paraíba, Maia (2007) salienta que “Para muitos habitantes da cidade a sua existência é desconhecida, para outros, porém, é encontro marcado”, enfatizando desse modo a existência de um público específico para a compra desse tipo de mercadoria na feira.

As cidades cujas feiras semanais comercializam gado passam por um processo de alteração em decorrência da presença dos animais. Em décadas passadas, a alteração ocorria de maneira mais intensa, pois o gado era conduzido até o local da feira por vaqueiros que levavam dias até chegar ao local em que os animais deveriam ser vendidos. A entrada dos animais alterava toda a rotina da cidade e da feira, pois estes eram conduzidos pelas principais ruas e praças até o local em que deveriam ser comercializados.

Cidades pequenas, calmas e quietas, vivem elas horas de intensa agitação, movimento e balbúrdia nos dias de feira. [...] E no dia da feira o gado todo destinado à venda é reunido numa praça, às vezes, aberta, outras vezes, rodeada com cerca de arame farpado ou cercas de madeira, que separam pequenas divisões para os diferentes tipos de gado. Embora nestas feiras predomine geralmente o gado bovino, também cavalos, burros, carneiros, cabras e porcos aí são vendidos (SOUZA, 1946, p.109-110).

Como salientou a autora, as pequenas cidades eram transformadas nos dias de comercialização de gado, em decorrência da introdução dos animais nas ruas da cidade a caminho da feira. Atualmente, os animais realizam trajetos mais curtos, pois com o desenvolvimento das estradas e a modernização dos meios de transporte, os animais são transportados até a feira em “caminhões gaiola” ou “caminhões boiadeiros”. Sobre o processo de alteração do transporte do gado até as feiras, do estado da Paraíba, Maia (2007) salienta que:

Atualmente, as boiadas já não abrem e nem traçam caminhos. Às vezes, encontramos algumas boiadas que transitam nas estradas, mas que fazem curtos percursos. No presente, o mais comum é que elas sejam transportadas em caminhões para os abatedouros e também para as feiras de gado (MAIA, 2007, p.10).

Tais características se assemelham ao que ocorre no município de Lagarto, pois os animais comercializados são transportados até a feira em veículos, como caminhões, também conhecidos como mercedinhas, ou carros de passeio adaptados para realizar o transporte dos animais, como retratado nas fotos abaixo.



Fotos 32 e 33: Veículos usados para o transporte do gado.

Fonte: SANTOS, V.M, novembro 2017

A modernização dos meios de transporte permitiu a alteração no modo como os animais são conduzidos até o local da feira. Estes chegam de modo mais rápido. Porém, como em todos os locais em que há modernização, há grupos que mantêm as características tradicionais e continuam a se locomover até o local da feira montados nos animais, estes que muitas vezes servem apenas de meio de transporte para chegar até a feira, onde são realizadas novas aquisições ou troca de animais.



Fotos 34 e 35: Homens usando o cavalo como meio de transporte.

Fonte: SANTOS, V.M, novembro 2017

Assim podemos observar a mescla que se manifesta no território da feira, o moderno sendo representado pela figura dos caminhões ao lado do modo tradicional de locomoção do homem rural que frequenta a feira de gado. As feiras semanais constituem um local de encontro idealizado a fim de realizar negócios. Os criadores e também curiosos se encontram e, por meio de diálogos e conversas informais, realizam os acordos de compra e venda da mercadoria.



Fotos 36 e 37: Homens reunidos analisando os animais.
Fonte: SANTOS, V.M, novembro 2017

Na feira de gado, predomina o público masculino. Os homens que frequentam esse território possuem características específicas, fato evidenciado em suas vestimentas: geralmente usam chapéus, ou bonés em que são evidenciados os nomes de raças de bovinos, calçam botas e “seguram uma varinha que seve para tocar, ou como dizem ‘cutucar’ os animais” (MAIA, 2007, p. 11).



Foto 38: Feirante de gado bovino, com varinha para tocar os animais
Fonte: SANTOS, V.M, novembro 2017

Eles adentram o local em que os animais se encontram expostos, a fim de observá-los e analisar suas características e qualidades, cumprimentam-se e reúnem-se em grupos, nos quais conversam longamente sobre os animais que estão expostos e também discorrem sobre assuntos do cotidiano.

É possível observar no território de comercialização de gado a predominância do grupo masculino, evidenciando desse modo a existência da divisão entre os gêneros em áreas específicas da feira. Sobre a divisão de tarefas, Machado e Menasche (2013), em pesquisas

realizadas no Rio Grande do Sul, no Assentamento União, localizado no município de Canguçu, apontaram a divisão do trabalho por meio da análise de desenhos de crianças, com objetivo de observar as diferenças entre trabalho do homem e trabalho da mulher, ressaltando a criação do gado bovino como função a ser executada pelos homens da família, e os trabalhos domésticos e cuidados com os animais de menor porte como função atribuída às mulheres.

Os cuidados com o gado nos estabelecimentos estão relacionados diretamente ao gênero masculino. Woortmann (1995, p. 286) salienta que a criação de gado estar relacionada “a capacidade do pai de família de criar ou manter um patrimônio, as galinhas revelam uma dona de casa caprichosa”. Desse modo podemos observar que a criação de animais de pequeno porte está associada à figura da mulher, que cuida das aves e se desloca até a feira a fim de vender os animais vivos, além dos ovos. A renda gerada por meio dessa comercialização tem como objetivo complementar a renda familiar semanal.

As aves são criadas pelas mulheres nos quintais de suas residências (MENEZES, 2009). Essas aves conhecidas como galinha de capoeira ou caipira, nome que recebem porque vivem soltas e se alimentam à base de milho e pequenos insetos e plantas que encontram pelo caminho, possuem cores diversificadas (como representada na foto 40), diferentemente daquelas criadas em granjas predominantemente da cor branca.

Lagarto cidade linda, Lagarto cidade bela e na feira de Lagarto vou mostrar o que tem nela:

E na feira das galinhas você compra como quer tem peru e tem capão tem o pato e tem guiné, nesta feira tem de tudo rede, cesto e jereré.



Foto 39: Aves comercializadas na feira
Fonte: SANTOS, V.M, novembro 2017



Foto 40: Ovos das aves comercializados por mulheres

Para além das aves atualmente os ovos desses animais são demandados pelos consumidores e a comercialização desse produto conforma uma nova fonte de renda das mulheres como pode ser observado na foto 39.

Sobre as questões vinculadas ao gênero na realidade do campo, região Agreste, Woortmann & Woortmann (1997) e Menezes (2015) contribuem sobre essa temática. Os autores destacam a existência de dois espaços que são responsáveis pela separação entre os gêneros: o espaço de dentro, com atividades voltadas para o lar, onde as atividades são predominantemente femininas, e o espaço de fora, de domínio masculino. No caso da feira, enquanto os homens comandam a feira de animais e a comercialização das carnes bovina, suína e ovina, as mulheres dominam a comercialização de aves e ovos o que denota no comércio a divisão dos espaços retratados pelos autores.

No espaço em que são comercializadas as aves, ouve-se um barulho específico, pois estes animais encontram-se presos com cordas, o que incomoda as aves, que liberam sons. As galinhas “carcarejam” como forma de demonstrar seu incômodo. Os sons se intensificam no momento em que os possíveis compradores pegam a ave para analisar o produto antes da compra. Para além dos sons, existem os cheiros específicos do local, que, ao concentrar muitas aves que acabam realizando ali suas necessidades fisiológicas, passa a ter um odor específico resultante do acúmulo das fezes desses animais.

As aves são comercializadas em um reduzido espaço na parte interna do mercado antigo Rosendo Ribeiro de Sousa, enquanto os animais de maior porte são negociados no parque de exposições da cidade de Lagarto, onde existem currais e espaços exclusivos para os animais sobretudo, aqueles de grande porte como os bovinos, equinos e muares.

As feiras de animais reúnem pecuaristas e produtores rurais, e também grupos que atuam em profissões distintas e que mantêm interesse pelos animais. Os grupos que frequentam esse espaço da feira residem na área urbana e possuem propriedades rurais nas quais também realizam a criação. Existem também aqueles que se deslocam até esses locais para rememorar algum momento vivido na infância no campo, reencontrar amigos e conversar. Maia salienta (2007, p. 10) que podem ser vistos, “Na feira de gado, operários da construção civil, comerciantes, vigilantes, motoristas de ônibus, médicos, advogados e pecuaristas, que têm em comum o ‘gosto pelo gado’”, o que aponta que na região Nordeste é comum os diversos grupos sociais apresentarem interesse pelos animais.

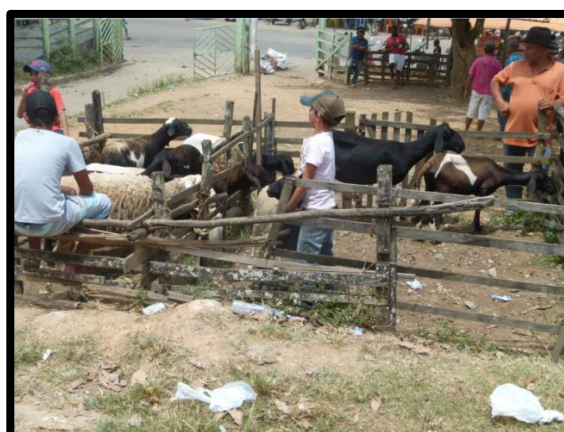
Uma figura comumente encontrada nas feiras dos animais são os abatedores conhecidos com marchantes. Estes se dirigem até o local em que são comercializados e

observam bastante para efetuar a compra. Estes atores ressaltam que existem dois tipos de abatedores ou marchantes:

Aqui vem comprar animais gente de tudo que é tipo, tem quem compra para criar e depois abater, aí compram os mais magrinhos levam para as suas propriedades e terminam de engordar, aí só depois matam os bichos para vender a carne. Tem também os outros que já querem os bichos prontos para matar e vender a carne. (Comprador de Animais 01, janeiro de 2018)

Desse modo, podemos observar que o território da feira de gado encontra-se permeado de pessoas com interesses distintos, mas, o foco principal é a aquisição dos animais para destiná-los ao aumento da renda familiar.

É comum visualizarmos na feira de gado do município de Lagarto algumas crianças acompanhadas de seus pais observando os animais e também brincando com eles. Desse modo é possível verificar a transmissão e ensinamentos sobre a comercialização de animais de pai para filho.



Fotos 41 e 42: Crianças acompanhadas dos pais observando os animais.
Fonte: SANTOS, V.M, novembro 2017

As crianças ocupam esse espaço, pois os pais consideram importante que elas se façam presentes nesse momento, como uma forma de aprendizagem da atividade. Os filhos e as mulheres geralmente são responsáveis por realizar a criação das “miunças”⁸. A inserção das crianças no processo de criação faz parte de um ciclo que é denominado por Woortmann (1995, p. 287) de “ciclo evolutivo de criação”, em que as crianças recebem dos padrinhos ou dos pais um pequeno animal, e este representará o início de sua carreira como criador de animais.

Ciclo evolutivo da criação – no dia do batismo, geralmente a criança recebe do padrinho um animal, que é denominado “semente”, termo usado popularmente pelos sertanejos ao referir-se ao gado bovino, caprino ou ovino. A representação simbólica desse presente manifesta o desejo que o afilhado seja um criador e que tenha a sua independência financeira posteriormente

⁸ Animais de pequeno porte, como ovelhas, cabras, aves e porcos.

com a aquisição de terras. Outras crianças, quando os seus padrinhos não têm grandes posses, não recebem tais presentes, mas são encorajadas pelos pais ou outros parentes a iniciarem sua atividade criatória com as aves. O propósito é, na fase adulta, criar gado bovino.

Podemos observar que os pais e padrinhos assumem o papel de incentivar a continuação da sua função de criador de animais para os seus filhos. Os pais relatam: “*trago meu filho comigo, pra ele aprender como é que negocia os animais, na criação ensino a criar, aqui ele vai aprender como se vende e se compra, como meu pai me ensinou um dia, eu estou ensinando a ele*” (Feirante 07: janeiro, 2018), ressalta o criador e vendedor de animais do rebanho ovino, destacando a importância da transmissão do saber para os mais novos.

No entorno do parque de exposição onde o gado é comercializado, existem barracas que expõem produtos destinados aos cuidados dos animais, assim, muitos fregueses compram para usá-los com as novas aquisições de animais.

Na feira são comercializados ração para o uso animal e equipamentos tradicionais para serem usados nos animais, como a sela, cabresto e arreios, exemplos de utensílios utilizados pelos proprietários. É importante destacar que esses produtos em sua maioria são fabricados de modo artesanal e têm como matéria-prima principal o couro. Esse espaço apresenta cheiros específicos em decorrência do produto utilizado em sua fabricação, predominando nesse local os aromas comuns ao couro.

Além dos instrumentos utilizados nos animais, são comercializados também trajes típicos dos vaqueiros, a exemplo dos chapéus de couro e de palha, capas para transportar facas e facões, que são conhecidas como bainha, esporas, dentre outros materiais que são utilizados pelos pecuaristas e vaqueiros de Lagarto e dos municípios circunvizinhos que por ali passam. A venda desses produtos nas feiras nordestinas são representadas também em músicas “*Cabresto de cavalo e rabichola eu tenho pra vender quem quer comprar*”⁹, esses produtos são direcionados aos pecuaristas e criadores de animais.

⁹ Música: *Feira de Mangaio*
Compositores: Sivuca e Glorinha Gadêlha, 1979.



Fotos 43 e 44: Barracas destinadas à venda de utensílios para os animais.

Fonte: SANTOS, V.M, novembro 2017

Durante a pesquisa de campo, os feirantes que comercializam esses tipos de produtos ressaltam que a mercadoria é bastante procurada pelos proprietários de animais, que utilizam os adereços para enfeitarem-nos em períodos festivos, como em cavalgadas e vaquejadas. O vendedor ressaltava que “*as pessoas compram os materiais, para usarem em montaria, e durante a exibição dos animais*” (Feirante 08, maio, 2017). Dentre outros produtos que são usados no dia-a-dia para o trato do animal, o feirante ressaltava que:

Sou eu mesmo que faço alguns desses produtos, aprendi fazer com os mestres¹⁰ antigos, eles trabalhavam o couro e eu tive interesse em aprender e aprendi, vendo mais dia de segunda-feira que é quando tem a venda de gado aqui na feira. Ainda vendo bastante porque o pessoal procura para usar principalmente no período de vaquejada e cavalgada. (Feirante 08, maio, 2017)

A comercialização de materiais para uso nos animais é de suma importância para aqueles que adquirem o produto como uma maneira de manter os animais sempre paramentados com elementos típicos da cultura nordestina. E também é fundamental para a reprodução social e econômica daqueles que dominam a técnica de fabricação desses produtos.

Assim verificamos que o território da feira encontra-se permeado de relações sociais, culturais e econômicas, pois no mesmo espaço em que são realizadas as trocas econômicas, também são estabelecidos vínculos de amizade e laços de confiança, em torno da realização de uma atividade prática e comum para a população que reside no interior.

Para muitos, a feira de gado tem o cunho apenas econômico, “vender e comprar o gado”, enquanto outros se reúnem em torno dos animais apenas para “olhar o gado”, e “conversar com os amigos e conhecidos” que ali estão para comercializar os seus animais. Estes

¹⁰ Pessoas mais velhas que fabricavam os produtos em couro e que ensinaram a profissão.

por sua vez se dirigem até o local da feira de gado, sozinhos, com os filhos, pais, amigos e conhecidos, a fim de conhecer a cultura da venda de gado na feira do município de Lagarto/SE.



Foto 45: Idosos observando o gado pelo lado de fora do parque de exposições.

Fonte: SANTOS, V.M, janeiro de 2018.

O interesse pelo gado atravessa diversas gerações. Na feira de animais é possível notar a presença de pessoas de diferentes idades que param e observam. Cada um deles têm um objetivo ao passar pela feira gado, mas todos ali estão porque possuem interesse pelos animais. Esses atores são aqueles que atualmente possuem criação, já possuíram no passado e também aqueles que estão sendo incentivados ao cuidado pelos animais.

Os animais que são comercializados na feira de animais da cidade de Lagarto/SE são inspecionados periodicamente pela fiscalização estadual. Os fiscais se deslocam a todas as cidades do estado em que existem uma feira específica destinada à venda dos animais. O fiscal ressalta que:

Nosso objetivo aqui é observar se os animais estão devidamente vacinados, e estão com a saúde em dias para ser vendido aqui na feira. Também fazemos o registro de todas as informações e autorizamos a comercialização dos animais. Se eles apresentarem algum problema de saúde visível ou não estiverem com o registro de vacinas, temos que impedir a venda. Nossa função aqui na feira é apenas esta: inspecionar os animais e não interferimos durante os trâmites da venda. (Fiscal representante do estado, janeiro 2018)

Desse modo verificamos que os animais que são comercializados na feira de gado devem cumprir a legislação em vigor para que aqueles que adquirem a mercadoria não tenham problemas posteriores relacionados ao rebanho.

CAPÍTULO 05 – PRÁTICAS ALIMENTARES E FESTEJOS JUNINOS: TRADIÇÕES MANTIDAS NA FEIRA DE LAGARTO/SE



Tela: Feira Nordestina – Rosângela Borges, 2011

Disponível em: <http://artenaifrio.blogspot.com.br/2013/09/rosangela-borges.html>

*Já qui tu vai lá pra feira
Traga de lá para mim
Água do fulô que chêra
Um nuvelo e um carmim
Traz um pacote de misse
Meu amigo ah se tu visse
[...]*

*Passa naquela barraca
Daquela mulê reizêra
Onde almuçamo paca
Panelada e frigidêra
Inté você disse uma lôa
Gabano a boia bôa
Qui das casa da cidade
Aquela era a primêra
Traís pra mim vãs brividade
Qui eu quero matá a sôdade
Fais tempo qui fui na fêra
Já qui tu vai lá prá fêra
Meu amigo traís
Essas coisinhas para mim...*

Música: O pedido
Elomar Figueira Melo

Disponível em: <https://www.letras.mus.br/elomar/376578/>

CAPÍTULO 05 – DAS COMIDAS TÍPICAS AO ARTESATO: IDENTIDADE E TRADIÇÃO NA FEIRA DE LAGARTO/SE

O território da feira em um logradouro público exhibe o colorido dos produtos, a movimentação de homens, mulheres e crianças que circulam a fim de comprar e vender mercadorias como representado na tela feira Nordestina. Nesse espaço são comercializados produtos demandados pela população e que estão enraizados em sua memória, além daqueles que atravessam fronteiras diversas.

É comum nas feiras nordestinas, os consumidores realizarem a compra de produtos de acordo com a sua demanda pessoal e familiar, assim como para aqueles que residem no espaço urbano e sobretudo, no espaço rural que por motivos díspares não podem se deslocar até o local. Essa peculiaridade foi desvelada no trecho da música “trais pra mim um pacote de misse, traís umas brevidade, que quero matar a sôdade, fais tempo que fui na fêra, meu amigo traís essas coisinhas para mim”. O trecho expõe ato corriqueiro e embora os produtos na atualidade como a misse não seja demandada, essa arte de fazer encontra-se enraizada na memória do cançãoeiro popular. Enquanto isso, as brividades - biscoitos, alimento arraigado na memória da população rural e urbana continuam sendo procurados pelos moradores de Vitória da Conquista lugar do cançãoeiro popular. Para além desses produtos citados, outros produtos como as frutas, verduras, objetos de uso pessoal, instrumentos de trabalho continuam sendo demandados pelos consumidores e seus amigos, parentes e vizinhos continuam a adquirir para o outro na feira, o que denota também a força das relações de proximidade. A feira e seus produtos estão inseridas na tradição local da população, faz parte da memória individual e coletiva dos grupos que “fazem a feira” acontecer. As práticas saberes e fazeres, conformam um território singular e marcam a identidade territorial, é o caso da comercialização de alimentos tradicionais que são elaborados, adquiridos e degustados nessa ambiência.

5.1- Da elaboração, venda, aquisição a degustação: tradição da comida de feira

Nas feiras do município, foram identificadas as barracas de alimentos tradicionais como: os derivados de mandioca com os beijos tradicionais, tapioca, sarioio, pé-de-moleque de massa puba, beiju malcasado, manauês¹¹, produtos apreciados pela população da região

¹¹ Espécie de bolo típico feito à base de milho, arroz e mandioca e com leite de coco na parte superior.

Nordeste. Em relação à elaboração desses produtos, existem dois tipos de fabricantes das iguarias derivadas da mandioca, Menezes (2017) explica como se dá essa diferenciação:

No processo de elaboração da massa puba, os agricultores agrestinos iniciam com a colheita da mandioca e, em seguida, realizam o pubamento: deixam a mandioca fermentar em um recipiente, antes nas gamelas feitas de madeira e, atualmente, nas bombonas plásticas adquiridas no mercado. Esse processo faz-se necessário para facilitar o descascamento e a retirada da manipueira (líquido tóxico). [...] A partir do beneficiamento da mandioca, após a retirada da manipueira, obtêm-se a tapioca e a massa puba, e, com essas matérias-primas, múltiplas iguarias derivadas da mandioca são produzidas, tais como: beijus (de coco molhado, de massa), saroio, malcasados, pé-de-moleque, tapioca, bolachas de goma, bolos de tapioca, puba, macaxeira, mingau de puba e de tapioca, alimentos enraizados na cultura sergipana. [...].

Além disso, os migrantes oriundos do espaço rural não possuem terra para que seja efetivado o cultivo [...]. Para tanto, os grupos familiares adquirem a matéria-prima (tapioca ou goma e a massa puba), cerca de 100 kg/semana, dos agricultores familiares residentes nos municípios de Salgado, Lagarto, Boquim, Itabaiana e São Domingos, localizados no agreste sergipano (MENEZES, 2017, p. 113-114).

O modo de preparo das iguarias derivadas da mandioca passou por um processo de ressignificação. Alguns dos grupos familiares responsáveis pela produção ressaltam que já não fazem uso do fogão a lenha, utilizando o fogão a gás durante a elaboração. E no que diz respeito à matéria-prima utilizada para a fabricação dos alimentos, os produtores afirmam que não são eles que a produzem, mas adquirem das mãos dos atravessadores que a compram diretamente em casas de farinha nos povoados do município e transportam até a residência dos fabricantes desses tipos de alimentos.

O consumo e elaboração dos alimentos derivados de mandioca no passado ocorriam exclusivamente durante o período denominado de “farinhada”. Nessa época os grupos se reuniam a fim de produzir a farinha de mandioca e, na oportunidade, produziam também as iguarias derivadas desse produto. A respeito do consumo dos derivados da mandioca nas feiras semanais, salienta Menezes (2013):

No caso dos derivados da mandioca, anteriormente eram elaborados exclusivamente no período das farinhadas, nos últimos anos, passaram a ser elaborados diariamente, reflexo da acentuada demanda do mercado. Por conseguinte, a produção de queijos e beijus é direcionada ao maior mercado consumidor intraestadual – a capital – Aracaju avoluma-se a produção, tendo em vista o deslocamento para suprir o mercado em ascensão. Esses produtos apresentam demanda crescente e proporcionam o surgimento de alternativas de trabalho para grupos familiares no espaço rural e urbano (MENEZES, 2013, p.129).

Os feirantes de Lagarto ressaltam o saber fazer dos alimentos transmitido por gerações. Wedig e Menasche (2013, p.153), em seus estudos sobre alimentos, ressaltam: “Os hábitos alimentares de cada grupo fazem parte de sua bagagem cultural – são aprendidos desde criança e, mesmo quando são posteriormente transformados permanecem na memória alimentar”. Tal fato também é identificado na feira em estudo, pois o saber fazer se faz presente nos grupos que atuam como feirantes de alimentos. Logo, percebemos que o repasse do saber fazer é uma característica inerente à produção desses alimentos.

É importante salientar que o polvilho utilizado na produção dos produtos derivados da mandioca é adquirido por alguns feirantes por meio de atravessador¹², que compra o produto em povoados do próprio município que dispõe de significativa produção da matéria-prima. Eles entregam a matéria-prima diretamente nas residências dos produtores das comidas tradicionais. A partir daí se inicia o processo de preparação dos alimentos que serão posteriormente comercializados na feira. Vale ressaltar ainda que o polvilho *in natura* é bastante procurado pelos fregueses para prepararem, eles mesmos, o alimento em suas residências.

Em relação aos consumidores desses tipos de alimentos, em sua maioria são fregueses fixos, que passam toda semana nessas barracas para adquirir as iguarias e levá-las para consumir juntamente com os familiares. Os clientes adquirem esses alimentos tradicionais porque remetem a algum momento vivenciado em sua história, ou ainda adquirem o alimento para levar para algum familiar idoso que não pode se deslocar ao espaço da feira, e rememora a sua vivência. Assim, “surge o reconhecimento da feira como lugar de memória para os sujeitos que se relacionam ou se relacionaram com este espaço, e permite uma análise considerando os cenários onde são tecidas histórias individuais e coletivas [...]” (LACERDA; MENDES, 2017, p. 731). Desse modo, podemos observar que o território da feira é marcado pela vivência de grupos sociais, a partir daí são construídas memórias nesse território.

Eles valorizam os alimentos tradicionais que estão preservados em sua memória, uma vez que a produção não é padronizada, então escolhem o produto de acordo com a sua necessidade, por exemplo, o queijo com pouco sal, mais novo, outros preferem os mais maturados; os beijus com sal ou sem sal; com açúcar ou sem açúcar; de acordo com as possibilidades da sua condição de saúde. Além disso, os consumidores asseveram a importância desses alimentos por serem isentos de conservantes químicos, diferente dos alimentos industrializados. Nesse sentido, Menezes (2013) afirma:

¹² Pessoa que adquire o produto no local de origem, e revende o produto para os feirantes.

De acordo com os consumidores, esses produtos artesanais estão isentos de conservantes, são naturais e podem ser consumidos uma vez que não trazem nenhum problema à saúde - no caso do pé-de-moleque, têm a durabilidade de até cinco dias. (MENEZES, 2013, p. 48).

Os produtos que são adquiridos na feira buscam atender às necessidades dos consumidores. Nas barracas é possível encontrar, em meio à diversidade de produtos, alimentos que são preparados em diferentes níveis de sal e açúcar a fim de agradar o paladar dos clientes.

Os alimentos são expostos na mesa da barraca, organizados por sabor, os bolos estão arrumados lado a lado. O processo de exposição dos produtos ocorre de modo a chamar a atenção dos consumidores, apresentados em saquinhos ou cobertos por material transparente para que os consumidores consigam visualizar cada um deles, e seja evitada a poeira, como forma de evitar a contaminação dos alimentos



Foto 46: Exposição dos alimentos tradicionais¹³ na barraca
Fonte: SANTOS, V.M, janeiro, 2018

Rezende e Menezes (2013) ressaltam que a mão de obra utilizada na produção desses alimentos é estritamente familiar. Foi possível observar na feira e por meio de relatos durante as entrevistas que é comum a inserção de filhos/as, sobrinhos, noras, genros, netos durante o processo de produção.

¹³ Alimentos tradicionais – pé de moleque de massa puba, bolachinha de goma e de nata e bolinho de ovos.



Foto 47: Grupo familiar que atua na produção e venda de alimentos tradicionais na feira.
Fonte: SANTOS, V.M, janeiro, 2018

Os alimentos derivados de mandioca têm a feira como principal mercado. Os feirantes produzem os alimentos geralmente na madrugada que antecede a feira e ressaltam que: *“acordamos de madrugada pra fazer, porque se a gente fizer antes corre o risco de ficar estragado, tem uns que dá pra fazer antes, mas outros tem que ser bem fresquinho.”* (Feirante 09, setembro, 2017). O relato demonstra a preocupação que os feirantes têm com a qualidade de seus produtos. Sobre o consumo dos derivados da mandioca, os fregueses ressaltam:

Essas comidas que a gente compra aqui têm um gosto diferente, se eu fizer em casa não sai igual (risos), por isso compro aqui esses beijus molhados são muito bons, e ainda tem o saroio e o pé-de-moleque, gosto de tudo mais esses são os meus preferidos, levo para casa lá todo mundo gosta. (Consumidor 03: setembro, 2017).



Foto 48: Alimentos tradicionais – bolo de ovos, pé de moleque, cocada de coco e bolacha de goma comercializados na feira

Fonte: SANTOS, V.M, novembro 2017

Identificamos também barracas onde são comercializados os derivados artesanais do leite, como o queijo coalho, a manteiga e o requeijão ou queijo manteiga. Esses produtos são elaborados e adquiridos em municípios da região do sertão sergipano. De acordo com os feirantes, eles adquirem os queijos dos municípios de Nossa Senhora da Glória. Os consumidores, no momento da aquisição dos produtos, declararam:

Compro esse produto porque é fresquinho e assim a gente só encontra aqui na feira, ser for ao supermercado não acha, esse sabor só tem o queijo quando é novo, quando ele fica velho, fica ruim, e ainda e me lembra da infância, o meu avô, quando ele chegava da feira e trazia o queijo pra gente comer, toda vez que compro me lembro dele. (Consumidora 04, setembro 2017).



Foto 49: Barraca destinada a comercialização de derivados de leite.

Fonte: SANTOS, V.M, novembro 2017

Para além dos derivados de leite que são comercializados em pontos fixos nas barracas, é comum encontrar ao longo da feira vendedores ambulantes que atuam na venda desses produtos. Esses se deslocam pela feira a fim de encontrar clientes para adquirir sua mercadoria. Geralmente esse tipo de feirante/móvel se desloca, carregando nos ombros uma quantidade menor de derivados e levando consigo balanças portáteis para efetuar a pesagem do produto.



Foto 50: Vendedor ambulante de queijo na feira de Lagarto/SE
Fonte: SANTOS, V.M, novembro, 2017.

Ainda como alimentos tradicionais e comida de feira, observamos a comercialização dos pastéis e caldo de cana. Esses produtos apresentam demanda de forma acentuada pela população, sobretudo, os adolescentes, jovens e crianças. Os pastéis de modo geral são elaborados pelos próprios feirantes, que dedicam o dia anterior à feira para a preparação da massa e do recheio. Quando preparados, são guardados em refrigeradores, e no dia da feira são fritos. No momento da compra, o cliente escolhe o sabor que deseja, e os feirantes fritam no momento.



Foto 51: Barraca de pastéis.
Fonte: SANTOS, V.M, março, 2017

Os pastéis sempre são acompanhados por uma bebida típica, o caldo de cana ou suco de laranja. As frutas para preparar as bebidas são adquiridas pelos feirantes com produtores rurais

do município. Os produtores procuram as barracas e oferecem a matéria-prima, os feirantes desse tipo de alimento se deslocam até a propriedade, olham a mercadoria e, se tiverem interesse, realizam acordo de compra com o produtor: uma alternativa é poder realizar a entrega da cana-de-açúcar ou a laranja até o local da feira semanalmente, a outra é o feirante ir até a propriedade para buscar a matéria-prima.



Foto 52: Bagaço de cana (lixo), barraca de pastel e caldo de cana.
Fonte: SANTOS, V.M, março, 2017.

As barracas em que esses alimentos são comercializados estão sempre repletas de consumidores, pois esses lanches são de preparo rápido, e o público demonstra grande interesse. Os jovens que atuam em outras barracas na feira se reúnem ao longo de suas atividades para realizarem o seu lanche semanal, e, após se alimentarem, retornam para os seus postos de trabalho. Para além daqueles que trabalham na feira, as pessoas que vão “fazer a feira”, também se reúnem aí para consumirem tal alimento.

Nos espaços ocupados por esse tipo de barracas, predomina o cheiro de fritura em decorrência do momento de preparo para os alimentos. Destacam-se principalmente os sons das máquinas que moem a cana-de-açúcar e preparam o caldo, além dos consumidores, que ao realizarem seus pedidos, elevam o tom da voz.

Outro alimento tradicional encontrado na feira são alguns tipos de bolachas, broas, biscoitos elaborados em padarias/panificadoras do município e em cidades circunvizinhas. A prática de comercializar esses produtos na feira se deu em decorrência da ausência de padarias nas áreas rurais do município, e como muitos daqueles que frequentam a feira são oriundos dessas áreas, eles adquirem as bolachas das padarias e levam para consumir em suas residências ao longo da semana.



Fotos 53 e 54: Barracas de venda bolachas e biscoitos.
Fonte: SANTOS, V.M, novembro 2017.

A comercialização de biscoitos, pães, bolachas e broas nas feiras tornou-se uma prática comum, a ponto de os feirantes partirem para outros locais em busca de sabores diferentes para levar até a feira. Alguns desses produtos são oriundos de padarias do interior do estado de Alagoas. Os feirantes se deslocam até lá e adquirem o produto e ressaltam que vende bastante porque esse tipo possui um sabor diferenciado daqueles que são fabricados em padarias locais.



Foto 55: Biscoitos de padarias.
Fonte SANTOS, V.M, novembro, 2017.

O município de Lagarto possui uma vasta quantidade de produtos alimentícios comercializados em suas feiras semanais. Existem doces que são típicos da região agreste e são procurados pelos consumidores na feira, como no caso do doce de pimenta, que é fabricado por doceiras da cidade e que são reconhecidos por seu sabor diferenciado, crédito dado à pimenta que faz parte dos ingredientes. Outro doce típico da feira é o ginete, elaborado com o uso da farinha de mandioca, juntamente com leite de coco, açúcar, cravo e canela, que são responsáveis pelo aroma específico e também pelo sabor.



Fotos 56 e 57: Doce de pimenta e ginete¹⁴

Fonte: SANTOS, V.M, novembro, 2017

Para além dos alimentos tradicionais citados, em Lagarto encontramos a denominada “feira da fumaça”, que recebe esse nome por que as comidas de feira são preparadas *in loco*. Nesse espaço é possível encontrar diversas churrasqueiras em que as carnes são preparadas para o consumo, ocasionando assim a existência de muita fumaça no local:

Lagarto cidade linda Lagarto bela
E a feira de Lagarto vou contar o que tem nela

Vizinho ao mercado de carne tem a feira da fumaça as panelas de buchada no fogo ferve e fumaça
Cerveja para quem gosta dos botequim de cachaça¹⁵

Esses feirantes iniciam suas atividades pela manhã disponibilizando café da manhã antes das 5 horas. Nesse momento elaboram os alimentos que serão servidos nessa refeição, oferecem cuscuz, macaxeira, inhame e batata-doce, todos servidos com algum tipo de carne, cozida, frita ou assada. Concomitantemente, vão preparando o almoço e, assim como no café da manhã, predominam as comidas tradicionais. Após a oferta dessa refeição, preparam-se para deixar o local.

¹⁴ Ginete: bolinho típico elaborado com farinha de mandioca, cravo, canela, leite de coco, e açúcar.

¹⁵ Música: **Feira de Lagarto** – Melão e Melado embolador.

Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=VxcERMaUKQ4>



Foto 58: Preparação do churrasco comercializado na feira.
Fonte: SANTOS, V.M, novembro 2017.

Alguns consumidores, após realizar as refeições, retornam aos seus postos de trabalho. Porém, algumas pessoas continuam no local à espera de amigos, e utilizam-se desses espaços para se alimentarem e também para conversar e beber alguns tipos de bebidas alcoólicas que ali são vendidas. E alguns utilizam o espaço para fazerem negócios relacionados a compra e venda de terra, animais ou de produtos agrícolas.

Nas barracas de comida de feira, predominam os sons das conversas dispersas entre amigos que ali se reúnem para se alimentar e atualizar os assuntos cotidianos. O som torna-se ainda mais intenso quando nesses barracões há a comercialização de bebidas alcoólicas, pois tanto os consumidores quanto os comerciantes tendem a elevar o volume da voz.

Nas barracas de comida, o cheiro é específico, o aroma dos pratos que são preparados e também do churrasco são marcantes na feira da fumaça. Predomina o barulho das panelas de pressão, que estão a todo vapor para que as refeições estejam prontas quando os consumidores começarem a chegar ao local e também no horário de saída para a entrega das denominadas quentinhas às barracas cujos feirantes não podem sair para se alimentar.



Foto 59: Barracas destinada a comercialização de comida de feira
Fonte: SANTOS, V.M, novembro 2017

É possível observar, como salienta Daniel e Cravo (2005, p.62), que “a comensalidade permeia todas as relações sociais nas sociedades humanas, bem como nas diferentes classes sociais de uma mesma sociedade, apresentando sempre uma dimensão cultural”. Esse fator pode ser observado em todas as barracas, mas principalmente nas barracas de comida de feira, em que todas as pessoas envolvidas no desempenho das atividades da feira geralmente se encontram. Ali eles conversam sobre os acontecimentos da vida profissional e pessoal, as histórias dos seus municípios, das feiras, os preços dos produtos, política, entre outros assuntos, e buscam as comidas típicas, semelhantes à comida de casa.

Os feirantes destacam que buscam trabalhar com alegria, pois gostam do que fazem, consideram o ambiente como sendo um “*lugar onde além de ganhar meu dinheirinho, ainda me divirto, converso com meus amigos e conhecidos*” (Feirante 09: março, 2017). Portanto, a feira é considerada como um lugar de socialização, onde os encontros ocorrem de maneira espontânea, o freguês que busca o produto que ali é comercializado muitas vezes é atraído pela simpatia do vendedor, e também pela qualidade do produto que irá adquirir, e ao mesmo tempo em que compra produtos, conversa e constrói amizades.

Os alimentos tradicionais comercializados na feira são muito procurados. Eles portam significados que vão além da alimentação. Esses sentimentos também foram identificados com os feirantes, que sempre citam algumas de suas recordações, como o (Feirante 10: maio, 2017), que diz: “*aprendi a fazer essas coisas com minha mãe vendo ela fazer, desde pequeno já frequentava a feira junto com ela*”. Logo, a feira apresenta um misto de significados. Isso

influencia na permanência dos feirantes no exercício de sua atividade, pois são influenciados por suas raízes e memórias.

5.2- Pausa para comer... um encontro com feirantes e consumidores nas bancas das comidas

Os consumidores de alimentos tradicionais nas feiras do município de Lagarto/SE em sua maioria são fregueses fixos. Eles passam nas barracas e adquirem as iguarias semanalmente, buscando consumir esses alimentos em decorrência de sua qualidade. Os fregueses salientam que os alimentos *“são de qualidade, tem um sabor diferente, por isso passo na feira para comprar, além disso me recorda a infância, quando era pequeno meus pais compravam muito isso na feira”* (Consumidor 05: maio, 2017). Tal fato confirma que os alimentos tradicionais e a comida de feira estão inseridos na memória dos fregueses.

Partindo desse pressuposto, é possível verificar que existe uma tradição acerca do consumo desses produtos: o fator cultural, que vai além do econômico na relação existente no ambiente da feira. Como considera Maciel (2005):

Uma das dimensões desse fenômeno é a que se refere à construção de identidades sociais/culturais. No processo de construção, afirmação e reconstrução dessas identidades, determinados elementos culturais (como a comida) podem se transformar em marcadores identitários, apropriados e utilizados pelo grupo como sinais diacríticos, símbolos de uma identidade reivindicada. (MACIEL, 2005, p. 50).

Os fregueses salientam que adquirem as comidas típicas na feira porque possuem um sabor diferenciado, e quando perguntada sobre o que é mais importante na hora da escolha dos alimentos, a freguesa salienta:

“o importante na hora da escolha é olhar como os produtos estão organizados nas barracas, a higiene e o sabor, mais também tem a cara do vendedor, ele tem que ser simpático porque não é bom comprar em um lugar onde o vendedor está com a cara amarrada. Tem que ser alegre e sorridente isso conquista a gente.” (Consumidora 06: setembro 2017).

Assim verificamos que os fregueses possuem critérios de escolha que são fundamentais no momento da aquisição do alimento. Esses critérios estão baseados na confiança existente entre o consumidor e o vendedor. Eles legitimam a produção a partir da demanda desses produtos. Para Canesqui (2005):

A análise da prática alimentar cotidiana não se restringe aos alimentos apropriados em si mesmos, mas aos seus usos e modos de consumo, que envolvem seleção e escolhas, quem consome, como são adquiridos e preparados, quando e por quem são consumidos, ocasiões e adequações de consumo, juntamente com regras, valores, normas, crenças e significados que

acompanham o consumo alimentar e a própria alimentação, sempre carregados culturalmente. (CANESQUI, 2005, p.169-170).

São diversos fatores que influenciam no momento da aquisição dos produtos, e os feirantes concordam com os seus fregueses e relatam que por mais que existam problemas em suas vidas, isso não deve ser transmitido para os seus fregueses, *“o freguês sabe quando a gente está com problema, por que se a gente trata mal ele não vem comprar, eles são atraídos pelas brincadeiras e a nossa alegria, e também a mercadoria tem que estar boa, senão ninguém compra”* (Feirante 11: setembro 2017). Desse modo, os feirantes concluem que devem apresentar uma boa aparência durante o seu trabalho, porque além da qualidade dos produtos, os fregueses consideram importante ser bem atendidos.

Em relação à comercialização dos alimentos tradicionais, os respectivos comerciantes afirmam que decidiram investir nessa área de trabalho, adquiriram o saber fazer, e ressaltam que aprenderam tal prática por meio de algum membro do grupo familiar, como salienta Canesqui (2005):

Um conjunto de estudiosos demonstrou que a provisão de meios de sobrevivência é sempre um esforço coletivo e compartilhado dos grupos domésticos, que comportam diferentes arranjos, variando a participação de seus membros no mercado de trabalho e na geração de renda para o consumo, que fazem sentido na maneira como estão estruturados. (CANESQUI, 2005, p. 168).

As atividades referentes ao processo de elaboração e comercialização de alimentos na feira faz parte de uma prática comum às famílias desses produtores. O trabalho na feira representa para eles uma forma de auxiliar a renda necessária para o provimento da família, praticando uma atividade que está presente no grupo por gerações. Os feirantes ressaltam a importância que a atividade de elaboração dos alimentos representa quando dizem:

Fazer comida com derivados de mandioca para vender na feira vem desde os meus ancestrais, eles faziam pra gente comer em casa depois começaram a vender na feira. Minha mãe aprendeu com minha avó e hoje eu trabalho com ela aqui na feira vendendo esse tipo de comida, comida não isso aqui são derivados de mandioca. (Feirante 12, 01/2018)

Assim podemos verificar que a atividade desenvolvida pelo feirante está inserida em sua memória, e traz lembranças daqueles que atuavam no passado. Isso demonstra a existência de uma memória coletiva: “[...] pode apoiar-se não somente sobre nossa lembrança, mas também sobre a dos outros, nossa confiança na exatidão de nossa evocação será maior, como se uma mesma experiência fosse recomeçada, não somente pela mesma pessoa, mas por várias” (HALBWACHS, 1990, p. 30). Assim observamos que o território da feira está marcado pela

existência dessas memórias coletivas, pois as atividades não se constituem de modo individual, mas são realizadas em grupo, construindo desse modo memórias que lhes são inerentes.

As atividades que são desenvolvidas na feira geralmente envolvem todo o grupo familiar, e a dimensão econômica da comercialização desses alimentos é relevante para a reprodução socioeconômica e manutenção doméstica.

Os alimentos tradicionais que fazem parte da cultura popular se fazem presentes nas feiras. Nas feiras do município de Lagarto, é possível encontrar uma vasta diversidade de alimentos representativos da cultura local, que estão associados aos modos de alimentação tradicional. São derivados de mandioca, de milho e de leite, produtos esses que são demandados pelo público local.

A feira representa valor cultural para seus frequentadores, sejam eles comerciantes ou consumidores, fato relacionado ao lugar como ponto de encontro no qual se mantêm relações de sociabilidade e de proximidade entre os consumidores e comerciantes. São relações de amizade permeadas pela confiança. Quanto aos alimentos tradicionais analisados, como derivados de milho e de mandioca, eles são demandados pelos consumidores, tendo em vista que “esses alimentos portam histórias de vidas individuais e coletivas e estão interligados à forma como o indivíduo se identifica, ou seja, à sua identidade” (MENEZES, 2013, p.129). Essa discussão foi constatada na feira do município de Lagarto/SE pelos consumidores. Esses alimentos estão repletos de histórias de tradição familiar.

Em decorrência das relações identitárias e de confiabilidade nos produtos, esses pontos de vendas permanecem comercializando e expandem o volume comercializado semanalmente. Portanto, analisar a dimensão espacial, cultural e econômica da comercialização dos alimentos tradicionais se fez necessário para entender a geofricidade da produção e consumo desses alimentos na contemporaneidade, bem como entender os rebatimentos dessa atividade na vida dos grupos familiares envolvidos e na dos consumidores.

O valor cultural dos alimentos tradicionais é fato concreto, tendo em vista que a comercialização permanece na feira mesmo em meio às mudanças nos hábitos alimentares impulsionadas pela mídia. No entanto, o acesso a informações e à tecnologia podem afetar o processo de comercialização dos produtos, embora existam aqueles que ainda buscam os alimentos tradicionais como forma de rememorar algo ou alguém ou um momento histórico marcante em sua vida, uma vez que o alimento tradicional “possibilita a construção da memória dos sujeitos sociais que compartilham ou compartilharam desse mesmo espaço, como um elo entre o tempo passado e o tempo presente” (LACERDA e MENDES, 2017, p. 729). Os

consumidores associam os elementos da memória com a confiança que têm pelo modo como os alimentos são produzidos.

Antagônico ao setor industrial, os alimentos tradicionais são desenvolvidos a partir do trabalho autônomo e, sobretudo, fortalecidos pela produção familiar, importante geradora de renda de modo específico para as famílias que desenvolvem as atividades, e que possuem menor acesso à tecnologia para produzir os alimentos comercializados. Mesmo com o crescimento evidente dos alimentos industrializados e a oferta de mercadorias advindas das indústrias, existe ainda resistência da pequena produção, como salienta Cruz e Menasche (2012):

Em países ou regiões onde a modernização da agricultura não foi muito intensa, as culturas agrícolas e alimentares e as relações locais nunca foram totalmente extintas, de modo que estratégias para o desenvolvimento rural perpassam reconhecimento, valorização e legitimação de práticas e modos de produção já existentes. Onde as práticas de manejo e trabalho seguem lógica própria que, ainda que influenciada por técnicas e práticas convencionais, mantém um modo particular de operar, que integra conhecimento tradicional e recursos disponíveis nas propriedades. (CRUZ e MENASCHE, 2012, p 14).

Os modos de alimentação apresentam-se carregados de significados importantes no momento da escolha. Ainda devemos salientar que os alimentos artesanais e tradicionais são procurados pelos consumidores por serem considerados produtos sem a inserção de conservantes, logo, são reconhecidos como saudáveis, e alguns possuem uma durabilidade considerável e de fácil conservação.

A comercialização dos alimentos tradicionais na feira busca atender as necessidades básicas de sobrevivência dos consumidores, sem perder seu caráter identitário, que permeia o modo de vida de quem comercializa e de quem consome esses produtos. Para Menezes (2013), “esses alimentos portam histórias individuais e coletivas e estão interligados à forma como o indivíduo se identifica, ou seja, a sua identidade”. Desse modo, não apenas a lógica econômica permeia a comercialização dos alimentos tradicionais, mas a identidade presente se caracteriza como um dos principais fatores para a manutenção da comercialização desse tipo de alimento no território da feira. Sendo assim, a identidade é condicionante da territorialidade promovida por aqueles que estão inseridos na feira, que se apropriam e resistem nos territórios do mundo globalizado. Portanto, esta pode ser caracterizada por um território detentor de cultura popular, a sua manutenção está relacionada com as relações do cotidiano, de proximidade, uma construção histórica pautada pela existência de atores do passado que continua a ser reproduzida por seus descendentes.

Nesse sentido, Pontes (2012) salienta sobre a história que é contada no presente como forma de analisar o passado e que permite descentralizar os diferentes modos de vida, resgatando os processos históricos:

A história do presente permite realizar uma diferenciação daquilo que se é no presente e do que já não é mais. Permite desnaturalizar os modos de vida, diferenciando um passado que pensava ser condição e causa para o que se vive no presente. Trata-se de poder compreender que tudo o que existe faz parte de uma construção social e entender seus processos, o que nos permite pensar no modo como se vive. (PONTES, 2012, p. 27).

Esse modo de compreender os processos de construção social está relacionado à identidade presente nos alimentos tradicionais o que permite que esses produtos sejam demandados e consumidos por pessoas de diversas idades, como salienta Menezes (2013):

Embora não os produzindo, os consumidores jovens, adultos e idosos, buscam adquirir nas feiras esses alimentos que estão enraizados. O consumo das iguarias amplia na ocasião das festas juninas ou natalinas em decorrência também da demanda dos migrantes que visitam os parentes nos períodos citados (MENEZES, 2013, p.49).

Ao longo do ano, a venda de alimentos tradicionais sofre alterações, pois na cultura nordestina o mês de junho é destinado ao consumo desses alimentos, de modo que durante esse período a população demanda de maneira mais intensa tais alimentos, como ressalta a feirante/produtora deste tipo de alimento.

No mês de junho é o mês que a gente vende mais porque as escolas pegam muitas encomendas com a gente para os seus festejos e também a clientela aumenta, pessoas que compram toda semana um pouquinho compram mais nesse período de São João. (Feirante 13: setembro 2017)

Assim observamos que a cultura encontra-se enraizada e presente por meio das práticas rotineiras desses comerciantes tradicionais, que desenvolvem funções que não foram esquecidas ao longo do tempo e do espaço, mas fazem parte de uma territorialidade, uma forma de resistência de atores sociais diante do avanço tecnológico que adentra os espaços destinados à comercialização de produtos na feira, principalmente no setor de alimentos.

5.3- Palha, couro, milho, fogos e festas: sons, cheiros, cores e sabores do período junino.

Faz parte da cultura nordestina durante o mês de junho comemorar os festejos alusivos aos santos padroeiros. Essas festas são importantes na vida dos sergipanos, sendo que em cada

localidade os grupos sociais estabelecem particularidades no seu modo de festejar os santos padroeiros.

As festas juninas permanecem importantes na vida dos sergipanos seja pelo quanto suas representações os reforçam no festar nordestino, seja pelas diversificações que as singularizam no contexto do discurso do forte significado que apresentam na região Nordeste do país (VARGAS, 2014, p. 260).

No mês de junho são homenageados santos padroeiros da tradição católica. No estado de Sergipe, de norte a sul, de leste a oeste, nas comemorações alusivas a estes santos, o espaço sofre alterações. Os grupos sociais modificam suas rotinas no preparo para as festividades.

Nessas festividades são utilizados elementos pertencentes à cultura local. Durante esse mês, há um brilho e um colorido diferenciados nas ruas das cidades, os aromas, os sons são alterados, como salienta Vargas (2014):

Os santos juninos, notadamente São João e São Pedro são popularmente festejados com cantos, danças, comidas e bebidas especiais que se materializam em arraiais ornados com palhas e iluminados por fogueiras e fogos, muitos fogos! Os grupos se manifestam em quadrilhas, batalhões, bacamartes, pisa pólvora e, com maior envolvimento de pessoas em arrastões, realizam-se as sarandagens, os casamentos de matutos e a festa do mastro, esta, somente no município de Capela. Os eventos de massa materializam-se em forrós realizados em praças de evento com shows de bandas (VARGAS, 2014, p. 260-261).

Tal assertiva denota a relevância dessas festas na tradição da cultura local, e que atraí turistas além da população do lugar. Durante esse período, as pessoas usam trajes específicos e ornamentam os espaços de maneira diferenciada, utilizam artigos confeccionados em couro e palha em suas vestimentas e calçados.

No período junino, se intensificam as vendas de alimentos derivados de milho e de mandioca, que são alimentos típicos da culinária nordestina, e durante esse período a matéria-prima é encontrada com maior facilidade em decorrência do período de chuvas na região. Na feira encontramos muitos vendedores de milho espalhado pelas ruas. Eles descarregam a mercadoria no chão, e os clientes se aproximam para comprar a mercadoria.



Foto 60: Milho comercializado na feira – Lagarto/SE.
Fonte: SANTOS, V.M, junho de 2017

O produto é vendido *in natura*, e os consumidores podem escolher como levarão para as suas residências. Os vendedores facilitam o trabalho dos clientes, vendendo a mercadoria descascada, e com a palha, caso algum cliente deseje fazer uso da mesma, que é também utilizada na decoração de ambientes.

Além do produto *in natura*, os feirantes instalam no local fogões que são movidos a carvão vegetal e cozinham o milho para aqueles que desejam consumir *in loco*. Aí exala um novo aroma, durante o seu preparo o cheiro é intenso e chama a atenção dos passantes pelo local. Além do milho cozido, são utilizadas as churrasqueiras para assar o alimento, e durante o preparo, o freguês escolhe o produto. Como embalagem, o feirante utiliza a palha do próprio alimento.

A alimentação nesse período é alterada, assim como a decoração dos locais (comércio, escolas e residências). São usados objetos fabricados com uso de palha como: chapéus, arupembas¹⁶, bocapiu¹⁷, abanadores, todos esses confeccionados com palha de coqueiros e palmeiras, árvores são facilmente encontradas na região. No período que se inicia no final do mês de maio e se estende até a primeira semana de julho, os feirantes organizam o material de modo diferenciado a fim de chamar atenção daqueles que passam no local.

¹⁶ Arupemba: é um tipo de peneira, feita de palha trançada ou fibra muito utilizada na Região Nordeste do Brasil.

¹⁷ Bocapiu: Sacola de feira artesanal de palha de coqueiro.



Foto 61: Artigos confeccionados em palha.
Fonte: SANTOS, V.M, junho de 2017

É importante ressaltar que encontramos esses produtos na feira durante todo o ano. Porém, as vendas se intensificam nesse período em decorrência da procura, que se torna mais acentuada para o uso em apresentações e ornamentação dos espaços.

Além dos objetos de palha é possível observar mudança nas roupas que são expostas nas barracas. Pois em suas vestimentas, as pessoas usam roupas coloridas com estampas em xadrez, e durante esse período, estas são exibidas com maior intensidade, alterando assim as cores que permeiam o território da feira.

Como forma de completar os trajes típicos, também são usadas sandálias de couro conhecidas como alpargatas. Estas são confeccionadas para o público adulto e infantil¹⁸. Por onde os vendedores ambulantes passam, exala o cheiro do couro. Nesse período do ano, os vendedores ambulantes circulam com maior intensidade pela feira, mostrando suas mercadorias e negociando com o público a sua venda.

¹⁸ Elas são utilizadas nas festas e principalmente nas quadrilhas juninas.



Foto 62: Sandálias de couro expostas sob uma arupemba¹⁹.
Fonte: SANTOS, V.M, junho de 2017.

Os feirantes expõem os produtos em suas barracas, e aqueles que não possuem barraca expõem os produtos no chão. Alguns deles ressaltam que ao longo do ano vendem outros tipos de mercadorias, como produtos importados, e nesse período compram a mercadoria com produtores locais e em cidades vizinhas. Como não dispõem de espaço fixo, percorrem a feira mostrando os produtos para os possíveis compradores.

5.3.1- Brilho, cores e pólvora da venda de fogos na feira

O mês de junho é marcado por diversos tipos de festejos, há uma movimentação diferenciada em todo estado. As feiras sofrem alterações em suas vendas, pois são evidenciados os elementos que são utilizados durante as festividades, e os fogos são marcas registradas desse evento, como atenta Vargas (2014, p.260): os festejos são “iluminados por fogueiras e fogos, muitos fogos! ”. Tal fato denota a importância que esse elemento representa para estas celebrações, por isso adentram o território das feiras. Os feirantes vendem em grupos e de forma individual para aqueles que por ali passam.

¹⁹ Arupemba - Tipo de peneira confeccionada em palha.

Os fogos são símbolos da cultura. Sobre a diversidade material produzida no município de Estância Gomes (2017, p. 77), ressalta:

Além da espada, são produzidos os busca-pés, os pitús, as chavinhas, os traques de vários tipos e tamanhos, além das bombas e o denominado barco de fogo símbolo das festividades juninas e da cidade de Estância. Para realizar essas atividades, esses produtores usam instrumentos artesanais.

Os fogos são produzidos na cidade de Estância, localizada no Litoral sergipano, e são comercializados em diversas localidades, a exemplo da cidade de Lagarto, onde são expostos na feira do município. São fogos de vários tipos e tamanhos que agradam à população, desde crianças até adultos, que se encantam com as cores e o brilho que é apresentado no momento da queima, e também com o cheiro específico da pólvora que exala durante a utilização desses produtos.

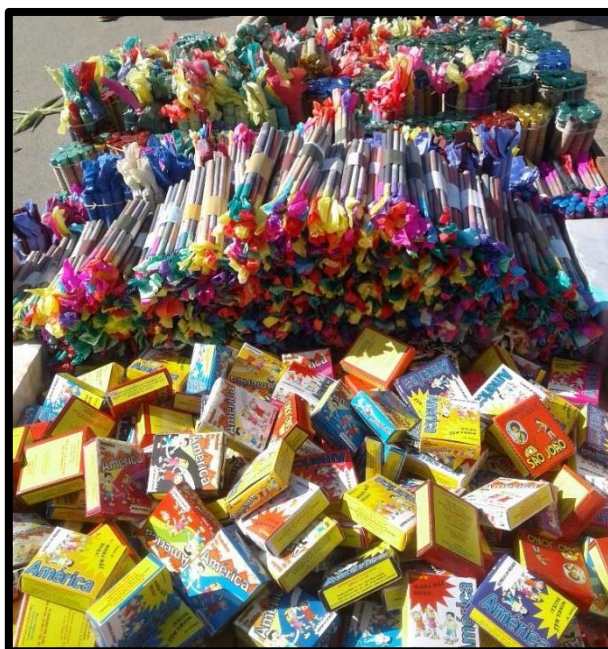


Foto 63: Fogos na feira de Lagarto.
Fonte: SANTOS, V.M, junho de 2017

Nos meses de maio e junho é possível encontrar maior número de crianças na feira. Elas se aglomeram ao redor dos locais em que são vendidos os fogos a fim de adquiri-los e levá-los para suas residências a fim de soltá-los, e assim ver o brilho de suas cores. A presença desse público se dá porque durante o mês de junho as escolas encontram-se em período de férias, e os pais levam seus filhos até a feira para passear e comprar os fogos. Ir à feira para comprá-los faz parte da tradição local. Todos os anos é comum o aumento do fluxo de crianças na feira no período das férias, pois em alguns casos os pais não têm com quem deixá-los e levam até a feira, também como uma forma de passeio, e elas se animam, pois só é possível

acompanhar os pais durante esse período do ano, pois nos demais meses encontram-se na escola.

5.4- Artesanato na feira: tradição, cultura, saberes e fazeres

Na feira de Lagarto, encontramos um setor destinado à venda de artesanatos confeccionados em barro e madeira, ao fundo do mercado da farinha. Esses tipos de produtos não são expostos em barracas, mas organizados sobre o chão, em cima de lonas. São espalhadas pelas feirantes, é um território de domínio feminino. Elas ressaltam que aprenderam a profissão com suas mães, que no passado produziam os artigos e levavam para vender na feira. Pois a atividade de fabricação das peças exige cuidado e delicadeza, e as mulheres são reconhecidas por suas habilidades em executar tais tarefas, após todo o processo de fabricação a mercadoria é organizada e transportada para a feira.

Diante da diversidade de produtos que são comercializados nas feiras, existem aqueles produtos tradicionais, que são considerados como arte local, que fazem parte da memória dos grupos que vendem e também dos compradores adultos que rememoram sua infância.

Desse modo, podemos considerar esse espaço como um espaço de memória. Nesse território verificamos que as memórias são preservadas, principalmente quando chegam os compradores e turistas que, ao olhar os artesanatos, salientam que lembram da sua infância, quando faziam uso dos produtos de barro. Assim, a memória social se materializa nesse território da feira.

A curiosidade pelos lugares onde a memória se cristaliza e se refugia está ligada a este momento particular de nossa história. Momento de articulação onde a consciência da ruptura com o passado se confunde com o sentimento de uma memória esfacelada, mas onde o esfacelamento desperta ainda memória suficiente para que se possa colocar o problema de sua encarnação. O sentimento de continuidade torna-se residual aos locais (NORA, 1993, p.7).

O contato com os artesanatos que são vendidos na feira traz à tona os vestígios da memória dos grupos sociais que por ali passam, e no momento em que olham, relembam sua infância e compram com as mudanças do presente. Assim observamos que a memória individual dos grupos encontra-se apoiada a memória social, sendo evocada no momento de compra das mercadorias na feira.

A memória faz parte daqueles que olham, compram e também dos que elaboram e vendem a mercadoria. Atualmente as feirantes ressaltam que produzem, mas que nem tudo que vendem são elas que fazem. Elas compram o artesanato pronto por intermédio de atravessadores

da cidade de Itabaiana e também de Simão Dias, que trazem a mercadoria até a feira e compram a um preço mais acessível para a revenda. Aquelas que portam o saber fazer desse tipo de produto são naturais da cidade de Simão Dias e ressaltam que se deslocam até a feira de ônibus e ao chegarem em Lagarto, alugam carros de mão e carroças de frete para levar até o local da venda.

Para além dos produtos confeccionados em barro, encontramos nesse setor produtos e brinquedos de madeira. As feirantes ressaltam que *“a gente vende bem menos agora, vendemos mais cofres para as crianças, e os outros brinquedos vendemos mais aos turistas”* (Feirante 13: maio 2017). Desse modo, podemos verificar que houve diminuição no número de vendas que elas associam ao desenvolvimento da tecnologia, *“criança não brinca mais com isso, preferem um celular e um tablet”*, ressaltou a feirante.

Artigos de decoração também são vendidos no local, que têm uma procura bastante acentuada pela população local, que os buscam para usar em suas residências e também em seus locais de trabalho. Para além dos produtos citados nesse espaço também são vendidos artigos de utilidade doméstica, são potes, moringas e filtros, recipientes destinado a reserva de água para o consumo, como apresentado na foto 65, também encontramos panelas, pratos e travessas. Outro produto bastante procurado são os cofres como mostra a foto 66, todos eles possuem como matéria prima o barro (argila).



Fotos 64 e 65: Artesanato de barro.
Fonte: SANTOS, V.M, junho de 2017



Foto 66 : Potes, pratos eoringas de barro
Fonte: SANTOS, V.M, novembro de 2017



Foto 67: Cofres confeccionados em barro
Fonte: SANTOS, V.M, novembro de 2017

As atividades que são praticadas na feira fazem parte da cultura e memória dos grupos sociais participantes desse evento. Estes, por meio da realização de seu trabalho, conservam a tradição e a identidade, mantendo suas atividades.

Nesse sentido, observamos que a existência da venda de artesanatos na feira nos mostra que o seu uso não ficou restrito ao passado, pois a sua venda repercute importância na dinâmica da cidade (TEXEIRA et al, 2017), por meio de sua comercialização na feira de Lagarto. A memória coletiva está presente no território da feira e “retém do passado aquilo que está vivo ou capaz de viver na consciência do grupo que a mantém” (HALBWACHS, 1990, p. 82).

Desse modo podemos observar que o território da feira se encontra enraizado na memória dos grupos que costumam frequentá-lo. As práticas que aí se desenvolvem são transmitidas por gerações, desde o trabalho como feirante como a prática de comprar na feira. Assim, os grupos assumem papéis importantes para a manutenção dessa prática que encontra-se inserida na realidade do município de Lagarto por décadas, tornando-a uma atividade que está inserida na tradição local.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A feira do município de Lagarto é um evento que está enraizado na cultura local. Em seu território é possível observar a pluralidade de frequentadores de diferentes faixas etárias, dos idosos às crianças, que se apropriam dos produtos vendidos no comércio tradicional. Embora possua uma essência econômica, a feira também apresenta função social, enquanto veículo de comunicação e expressão da cultura do povo. Configura-se como um local de encontro e socialização para feirantes e consumidores.

O espaço público em que acontece a feira é apropriado/vivido pelos agricultores e comerciantes – feirantes –, a partir de sua instalação, e origina um território onde há intensa circulação de pessoas que compram e vendem mercadorias, conversam e se alimentam. Esse território está fundamentado nos saberes, fazeres e laços de proximidade, além de ser permeado por sons, cheiros, cores, movimentos e agitação própria, que dão características específicas às feiras. Encontra-se ocupada por diferentes grupos sociais, inclusive pelos fiscais da prefeitura atrelados às relações de poder, que delimitam os microterritórios das barracas e arrecada as taxas de uso do solo.

No município de Lagarto, as feiras acontecem semanalmente em dias alternados: domingo, segunda-feira, quinta-feira e sábado, atraindo consumidores e feirantes para além do espaço local, mas munícipes da região Centro-sul.

Em suas feiras é identificado o multicolorido que se altera a cada espaço ao longo do trajeto, tal fato se dá de acordo com os produtos que são comercializados em cada setor, pois as mercadorias apresentam cores e cheiros distintos, o que ocasiona a cada espaço uma particularidade.

Multicolorido e repleto de variedades, assim é o território da feira, permeado de identidades culturais e variedade de produtos. Em seu espaço histórias e pessoas se encontram e se difundem por meio dos diálogos entre aqueles que por ali circulam, os saberes são repassados ao longo das gerações ali inseridas.

Os sons marcam o território por meio da gritaria dos feirantes que buscam atrair os feirantes, e estes se encontram com os aromas todo esse crédito dado aos produtos, comidas que são preparadas *in loco* como apresentado no trecho da música, “*as panelas no fogo ferve e fumaça*”, as frutas e verduras que exibem seu frescor por meio de seu aroma e cores vivas, que chamam a atenção dos consumidores para as compras.

Os fregueses buscam esse território tendo em vista a variedade de produtos e mercadorias ofertadas, como as frutas, verduras, carnes, pescados, iguarias derivados da

mandioca, do leite e do milho, comida de feira, vestimentas, calçados, utilidades domésticas, produtos industrializados, todos esses produtos são comercializados em barracas e também por vendedores ambulantes que circulam com suas mercadorias em carrinhos-de-mão ou em caixas.

Esta pesquisa possibilitou a identificação de feirantes de tipos diferenciados. Existem os feirantes/agricultores, que plantam e criam animais para a venda, e o feirante/comerciante, que compra os produtos em centros de distribuição e em outras feiras maiores e comercializa em Lagarto. Ainda enfatizamos a presença do trabalho das mulheres na feira. Estas atuam principalmente na comercialização de roupas, alimentos tradicionais, comida de feira e miunças (vendem galinhas e ovos). No território da feira de Lagarto existe ainda um espaço ocupado somente por mulheres que vendem artesanatos confeccionados em barro e em madeira.

Cada tipo de feirante possui sua especificidade, mas todos apresentam semelhanças ou como fato em comum o gosto/prazer pela atividade que executam. As atividades são realizadas de maneira coletiva, por meio da ajuda dos membros da família e também de ajudantes contratados para a prestação dos serviços.

As atividades dos feirantes exigem zelo e dedicação pelos produtos e consumidores. Cabe constatar que o seu trabalho não se resume a venda no dia da feira. As atividades começam a ser executadas no dia que antecede cada feira. O feirante produtor, aquele que é agricultor ou que produz a mercadoria, começa a executar as atividades dias antes, cuidando de todo o processo produtivo, para no dia da feira estar tudo pronto para a organização nas barracas. As jornadas de trabalho se iniciam ainda na madrugada ou no dia anterior, no caso daqueles que se deslocam de outras cidades. Todo o processo se inicia com a organização dos produtos para serem transportados até o local da venda. Cada produto é organizado com cuidado, pois deles depende a geração de renda dos grupos familiares e durante esse processo, são transmitidos os saberes e fazeres.

No que se refere à manutenção da tradição, os feirantes ressaltam que foram influenciados à realização da atividade por algum familiar mais velho que já exercia a atividade de feirante. As tradições são mantidas por meio dos produtos que são comercializados e do modo como estes são organizados, demonstrando as formas tradicionais do ser feirante. Porém, foi observada a inserção de elementos modernos, com o intuito de melhorar as vendas. Foi o caso da inserção do cartão de crédito para auxiliar as formas de pagamento tradicionais, que eram efetuadas por meio do dinheiro líquido e também anotado em cadernetas.

Identificamos na feira o consumo de alimentos tradicionais, e o espaço em que isso se dá foi evidenciado como um território sob domínio das mulheres. No momento da compra, é visível que os consumidores, ao escolherem as iguarias, rememoram fatos e pessoas que fez

parte da sua história, assim como os produtos também fazem parte do modo de vida dessas mulheres. É a partir da comercialização desses alimentos tradicionais que os saberes e fazeres transmitidos por várias gerações estão sendo consolidados e constituem uma territorialidade que contribui para a sobrevivência dos grupos familiares.

Na feira de gado, território de domínio masculino, também observamos a manutenção da tradição da pecuária na região, bem como a arte de negociar e vender sendo transmitida para as crianças e jovens pelos adultos e idosos de vários municípios da região Centro-sul.

Constatamos a singularidade das feiras de Lagarto, um território multicolorido, permeado de cheiros, sons, saberes, fazeres e sabores, que atraem os fregueses/consumidores do campo e da cidade e residentes nos municípios da região Centro-Sul do estado. Lá estabelecem vínculos de sociabilidade e de amizade, e para os feirantes constitui um território no qual eles geram renda essencial para a reprodução do seu grupo familiar.

Antagônico ao setor formal, no território das feiras as atividades são desenvolvidas a partir do trabalho autônomo e, sobretudo, fortalecidos pela produção e trabalho familiar, importante geradora de renda de modo específico para as famílias que desenvolvem as atividades, e que possuem menor acesso à tecnologia para produzir e comercializar suas mercadorias. Evidenciamos que mesmo com o avanço do setor formal para a comercialização dos produtos as feiras resistem na paisagem urbana das cidades, apontando a sua importância para os grupos que ali atuam sejam na função de feirante ou consumidor.

Essas reflexões anulam o pensamento por vezes difundido que o movimento globalizador torna a sociedade como uma aldeia global, com uma cultura comum, pobre de significados e simbologias. É perceptível a importância dos atores sociais que buscam a manutenção da sua identidade sociocultural, por meio da comercialização de alimentos representativos da identidade local.

Logo, os espaços da feira livre estão repletos de ações e relações que portam diversas histórias de uma cultura que se mantém viva em meio aos avanços da mídia e da tecnologia, que aponta para novos hábitos. As relações de proximidade (com as histórias, pessoas e alimentos) existentes no ambiente da feira permitem a manutenção e reprodução desse território, dos produtos que lá são comercializados e dos feirantes.

REFERENCIAS

ABREU, Capistrano de. **Caminhos antigos e Povoamento do Brasil**. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 1975.

ALMEIDA, M.G. “Espaço em busca do poético do sertão: um estudo de representações”. In ALMEIDA, M.G. & RATTTS, A. J.P. (orgs.) **Geografia Leituras Culturais**. Goiania : Alternativa, 2003.

ALMEIDA, Maria Geralda de. Diversidade paisagística e identidades territoriais e culturais no Brasil sertanejo. In: ALMEIDA, Maria Geralda de; CHAVEIRO, Eguimar Felício; BRAGA, Helaine Costa. (Orgs.). **Geografia e cultura: os lugares da vida e a vida dos lugares**. Goiânia: Vieira, 2008, p. 47 - 97.

AMARAL FILHO, Jair do. A endogeneização no desenvolvimento econômico regional e local. In: PPP: Planejamento e políticas públicas, n° 23. **IPEA** (Instituto de pesquisa econômica e aplicada), Junho, 2001.

ANDRADE, Manuel Corrêa de. **Geografia econômica do Nordeste: o espaço e a economia nordestina**. 3. ed. [S.l.]: Atlas, 1997.

_____. **A terra e o homem no Nordeste**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

ANDRADE, Sheyla Silveira. **As feiras livres sob a lógica do capital: da produção camponesa à subsunção do trabalho na circulação**. (Dissertação de Mestrado em Geografia-193 páginas). Universidade Federal de Sergipe. São Cristóvão/SE 2011.

ARAÚJO, José Alexandre Gonçalves de; RODRIGUES, Maria de Fátima Ferreira. **A feira e o mercado central de Campina Grande/PB: leitura da paisagem e imagens do lugar**. Sociedade e Território, Natal, v. 16, n. 1-2, p. 179-196, jan./dez., 2004.

AZEVEDO, Juciclêa Medeiros de. **Culinário do Seridó: um elemento da identidade territorial**. Dissertação de mestrado. Programa de Pós-graduação em Geografia. Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes. UFRN. Natal. 2011.

BARBOSA, Romero Ribeiro. Saberes, sabores e sentidos: a gastronomia no contexto da geografia cultural. In: ALMEIDA, Maria Geralda; CHAVEIRO, Eguimar Felício; BRAGA, Helaine Costa. (Orgs.). **Geografia e Cultura os lugares da vida e a vida dos lugares**. Goiânia: Editora Vieira, 2008.

BARBOSA, Livia. Feijão com arroz e arroz com feijão: o Brasil no prato dos brasileiros. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano 13, n. 28, p. 87-116, jul./dez. 2007.

BÍBLIA SAGRADA. 92ª edição. Tradução dos originais grego, hebraico e aramaico mediante versão dos Monges Beneditinos de Meredsous (Bélgica). São Paulo: Editora Ave Maria, 2013.

BRAUDEL, Fernand. **O jogo das trocas.** São Paulo: Martins Fontes, 1998. v. 2.

BRUNO, F.; SAMAIN, E. Imagens da velhice, imagens da infância: formas que se pensam. **Caderno Cedes.** Campinas, v. 26, n. 68, p. 21-38, jan/abr, 2006.

BURNETT, Annahid. Vozes da Sulanca: a história oral sobre a instituição da feira da Sulanca no agreste Pernambucano. *In: Oralidades.* Ano 7; Número 12, Jan-Dez/2013.

CANESQUI, Ana Maria. GARCIA, Rosa Manda Diez. Uma introdução a reflexão sobre a abordagem sociocultural da alimentação. *In: CANESQUI, Ana Maria. GARCIA, Rosa Manda Diez. Antropologia e nutrição: um diálogo possível.* Rio de Janeiro: Editora FIOCRUZ, 2005. (Coleção Antropologia e Saúde).

CANSANÇÃO, Leonardo da Silva. **Agreste de Lagarto:** em busca de uma identidade regional. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Núcleo de Pós-Graduação em Geografia – NPGeo, Universidade Federal de Sergipe. São Cristóvão, SE, 2009.

CARDOSO, Maria Francisca Thereza C. Feira de Caruaru. *In: INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Tipos e aspectos do Brasil.* 10. ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Departamento de Documentação e Divulgação Geográfica e Cartográfica, 1975.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano: 1. Artes do Fazer.** Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2012: 19º ed.

CLAVAL, Paul. A geografia Cultural: O estado da Arte. 1999. p.59-97 *In: ROSENDAHL, Zeny; CORRÊA, Roberto Lobato. Manifestações da cultura no espaço.* Rio de Janeiro: EdUERJ, 1999. 248p.

CORRÊA, Roberto Lobato. **O espaço Urbano.** 4º ed. São Paulo, Ática, 2005.

_____. **Trajetórias Geográficas.** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005. 3º edição.

COSTA, Maria Regiane da; SANTOS, Dionys Moraes dos. Feiras livres: dinâmicas espaciais e relações de consumo. **Geosaberes,** Fortaleza, v. 6, número especial (3), p. 653 - 665, Fevereiro. 2016. © 2016, Universidade Federal do Ceará.

CRUZ, Fabiana Thomé; MENASCHE, Renata. Modos de vida, alimentos tradicionais e patrimônios culturais: uma reflexão a partir do queijo serrano. *In: Anais. I Seminário alimentos e manifestações culturais tradicionais.* Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, SE, 2012.

DANTAS, Geovany Pachelly Galdino. **Feira de Macaíba/RN: Um estudo das modificações na dinâmica socioespacial (1960/2006).** (Dissertação de Mestrado, 209 páginas). Natal, RN, 2007. Disponível em: <http://docplayer.com.br/6515511-Feira-de-macaiba-rn-um-estudo-das-modificacoes-na-dinamica-socioespacial-1960-2006.html>.

DANTAS, Geovany Pachelly Galdino. Feiras no Nordeste. **Mercator - Revista de Geografia da UFC**, ano 07, número 13, 2008.

DANIEL, Janubla Maria Pimentel; CRAVO, Veraluz Zicareli. **Valor social e cultural da alimentação.** In CANESQUI, Ana Maria; DIEZ, Rosa Wanda Antropologia e nutrição: um diálogo possível. Rio de Janeiro: Editora FIOCRUZ, 2005. (Coleção Antropologia e Saúde).

DIAS, Leila Christina. Redes: emergência e organização. In: CASTRO, Iná Elias de; Gomes Paulo Cesar da Costa Gomes; CORRÊA, Roberto Lobato. **Geografia: conceitos e temas.** 2º ed. Rio de Janeiro; Bertrand Brasil, 2005.

DINIZ, José Alexandre Feliziola. As feiras em Sergipe e em seu entorno. In: **Ensaios econômicos e sociais/ 1987-** (Periodicos, p. 67-98).

DINIZ, Lincoln da Silva; CASTILHO, Cláudio Jorge Moura. Faces atuais do espaço comercial em Campina Grande/PB: algumas considerações sobre a coexistência de formas modernas e tradicionais do comércio na “nova” dinâmica sócio-espacial. **Revista de Geografia.** Recife: UFPE – DCG/NAPA, v 26, nº2, mai/ago. 2009.

FERNANDEZ, A. C. F.; FERREIRA, F. da S. Mercados e território: as feiras orgânicas e agroecológicas no RJ. In: ZANINI, M. C.C.; SANTOS, M. O. **Feiras, feirinhas e feirões: a “economia dos centavos” em foco.** São Leopoldo: Oikos, 2017, p. 84-107.

FREITAS EDUDARDO, Márcio. Território, trabalho e poder: por uma geografia relacional. **CAMPO-TERRITÓRIO: revista de geografia agrária**, v. 1, n. 2, p. 173-195, ago. 2006.

FONTANELLA, Bruno José Barcellos; RICAS, Janete; Turato, Egberto Ribeiro. **Amostragem por saturação em pesquisas qualitativas em saúde: contribuições teóricas.** Cad. Saúde Pública, Rio de Janeiro, 24(1):17-27, jan, 2008

GIL, Antônio C. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GODOY, A. S. Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v.35, n.3, p.20-29, maio/jun. 1995.

GOMES, Paulo Cesar da Costa. **O conceito de Região e sua discussão.** In. CASTRO, I. E.de; GOMES, P. C. da C.; CORRÊA, R. L. (Orgs.). **Geografia: conceitos e temas.** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil. 2005.

GOMES, Robertta de Jesus. **Redes, Teias e Laços na produção de Fogos: Tradição e Ressignificação em Estância/Se.** (Dissertação de mestrado em Geografia – 134 páginas) – Universidade Federal de Sergipe, São Cristovão/SE, 2017.

GONÇALVES, Alexandre Oviedo. ABDALA, Mônica Chaves. **“Na Banca de „Seu“ Pedro é tudo mais gostoso”:** personalidade e sociabilidade na feira livre. 2013.

HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva.** São Paulo: Centauro, 1990.

HAESBAERT, Rogerio da Costa. Identidades territoriais. In: ROSENDAHL, Zeny; CORRÊA, Roberto Lobato. (Org.). **Manifestações da cultura no espaço.** Rio de Janeiro: Ed. UERJ, 1999. p.169-190. 177

_____. Da Desterritorialização à multiterritorialidade. In: Encontro Nacional da ANPUR, IX., 2001. **Anais.** Rio de Janeiro: ANPUR, 2001. p. 1769-1777.

HUBERMAN, Leo. **História da Riqueza do homem.** Tradução de Waltensir Dutra. 22º ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro: LTC, 2010.

IBGE Cidades 2010: <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?codmun=280350> Acesso em: 25/07/16.

IBGE Cidades 2015: <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?codmun=280350> Acesso em: 25/07/16.

LACERDA, Fernanda Ramos; MENDES, Geisa Flores. A feira como lugar de memória: tradições e relações sociais na produção do Espaço Geográfico. **Anais: XII Colóquio Nacional e V Colóquio Internacional Museu Pedagógico.** Setembro – 2017. Disponível em: http://periodicos.uesb.br/index.php/cmp/article/viewFile/6866/pdf_558

LIMA, Eliany Dionizio. **A feira livre na mediação campo-cidade.** Universidade Federal de Sergipe. São Cristóvão/ SE 2012. (Dissertação de Mestrado, 185 páginas).

LIMA, Anna Erika Ferreira; SAMPAIO, José Levi Furtado. **Aspectos da formação espacial da feira-livre de Abaiara – Ceará:** relações e trocas. In: XI Encontro Nacional de Geografia Agrária, São Paulo, 2009.

LOPES, Dulcelaine Lucia et. al. O diário de campo e a memória do pesquisador. In: WHITAKER, Dulce Consuelo Andreatta. **A Sociologia Rural:** questões metodológicas emergentes. Presidente Venceslau/SP: Letras à Margem, 2002. p.131-134.

MACHADO, Carmen Janaina Batista; MENASCHE, Renata. Trabalho de homem, trabalho de mulher: olhares sobre a organização do lote a partir da produção. In: **Fazendo Gênero 10.** Florianópolis: UFSC, 2013.

MACIEL, Maria Eunice. Identidade Cultural e Alimentação. In CANESQUI, Ana Maria; DIEZ, Rosa Wanda. **Antropologia e nutrição: um diálogo possível**. Rio de Janeiro: Editora FIOCRUZ, 2005. (Coleção Antropologia e Saúde).

MAIA, Doralice Sátyro. A feira de gado na cidade: encontros, conversas e negócios. In: **Revista Formação, nº14 volume 1 – p. 12-30**. Universidade Estadual Paulista (UNESP) 2007.

MASCARENHAS, Gilmar; DOLZANI, Miriam C. S. Feira livre: Territorialidade popular e cultura na metrópole contemporânea. **Ateliê Geográfico**.v. 2, n. 2 agosto/2008 p.72-87.

MENDES, Geisa Flores ; ALMEIDA, Maria Geralda de. Memória, símbolos e representações na configuração socioespacial do Sertão da Ressaca – Bahia. **Mercator** - Revista de Geografia da UFC, ano 07, número 13, 2008.

MENEZES, Sônia de Souza Mendonça. Iguarias derivadas da mandioca: do rural ao urbano o consumo de uma tradição nas feiras livres de Aracaju. In: ZANINI, M. C.C.; SANTOS, M. O. **Feiras, feirinhas e feirões: a “economia dos centavos” em foco**. São Leopoldo: Oikos, 2017, p. 108-127.

_____. **A força dos laços de proximidade na tradição e inovação no/do território sergipano das fabriquetas de queijo**. Universidade Federal de Sergipe- São Cristovão/SE, 2009. (Tese de doutorado, 360 páginas).

_____. Alimentos Identitários: Uma Reflexão Para além da Cultura. **Revista GEONORDESTE**, Ano XXIV, n.2, 2013.

_____. Comida de ontem, comida de hoje. O que mudou na alimentação das comunidades tradicionais Sertanejas? **OLAM – Ciência & Tecnologia**. Ano XIII, v. 1, n. 2, julho/dezembro, 2013. Rio Claro / SP.

_____. **Queijo artesanal Configurações territoriais- Experiências Escalares do Global ao Local (O caso de Sergipe)**). 1. ed. São Cristóvão: Editora da UFS, 2015b. v. 01. 293p,

MONTEIRO, Denise. **Introdução à história do Rio Grande do Norte**. Natal: UFRN, 2000.

MORAIS, Ione Rodrigues Diniz; ARAÚJO, Marcos Antônio Alves de. Territorialidades e sociabilidades na feira livre da cidade de Caicó (RN). **Caminhos de Geografia** 23 (17) 244 - 249, fevereiro 2006.

MOREIRA, Ruy. Da região à rede e ao lugar: a nova realidade e o novo olhar geográfico sobre o mundo. Etc, espaço, tempo e crítica. **Revista eletrônica de Ciências Humanas e Sociais e outras coisas**. Nº 1(3), Vol. 1, 1º de junho de 2007.

MOTT, Luis Roberto de Barros. **A feira de Brejo Grande: um estudo de uma instituição econômica num município sergipano do baixo São Francisco**. 1975. 348 f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Universidade de Campinas, Campinas/SP, 1975.

MUMFORD, Lewis. **A cidade na História: suas origens, desenvolvimento e perspectivas**. 2ª Ed. SP: Martins Fortes, 1982.

NASCIMENTO, Walkiria do; AMORIM, Lara Santos de. **Os sons da feira: estratégias de comunicação dos feirantes na Feira Livre de Itapororoca-PB**. Anais – UFAL, 2010. Disponível em: http://www.evento.ufal.br/anaisreaabanne/gts_download/_Walkiria%20Do%20Nascimento%20-%20201020652%20-%203921%20-%20corrigido.pdf

NORA, Pierre. **Entre Memória e História: a problemática dos lugares**. Projeto História, São Paulo, v. 10, 1993.

OLIVEIRA, Fabianne Torres. **Geografias da feira Nossa Senhora da Glória-SE: Territórios, narrativas e marcas da cultura**. Monografia. Universidade Federal do Espírito Santo – UFES, Vitória-ES 2010, p. 1-69.

OLIVEIRA, Elis Regina Silva dos Santos; COSTA, José Eloízio da. **A dinâmica do agronegócio em Lagarto/SE: Limites, impasses e alcances**. 30 anos de contribuição a geografia. Programa de Pós-graduação em Geografia. Universidade Federal de Sergipe. São Cristóvão/Se, 2013.

PINTAUDI, Silvana Maria. O lugar do supermercado na sociedade capitalista. **Geografia**, Rio Claro, v. 9, n. 17/18, pag. 37-54, outubro, 1984.

PONTES, Andressa Almada Marinho. **Em meio a conversas: experiência nas relações cotidianas numa feira livre de Aracaju**. (Dissertação de Mestrado em Psicologia Social). Universidade Federal de Sergipe. São Cristóvão/ SE 2012, p. 1-128.

PORTO, Gil Carlo Silveira. **Configuração sócio-espacial e inserção das feiras livres de Itapetinga-BA e arredores no circuito inferior da economia**. Universidade Federal da Bahia, 2005. (Dissertação de Mestrado, 166 páginas).

RAFFESTIN, Claude. **Por uma geografia do poder**. Tradução de Maria Cecília França. São Paulo: Ática, 1993.

REZENDE, José Lima de; MENEZES, Sônia de Souza Mendonça. A tradição das iguarias derivadas da mandioca no território de Itabaiana (SE): cultura e geração de renda. **Ateliê Geográfico**. V. 7, p. 283-302 Goiânia-GO, agosto, 2013 p. 283-302.

ROCHA, Lurdes Bertol; ALMEIDA, Maria Geralda. **Cultura, mundo-vivido e território.** Simpósio Nacional sobre Geografia, Percepção e Cognição do Meio Ambiente. Universidade Estadual de Londrina 2005.

SABOURIN, E. Práticas sociais, políticas públicas e valores humanos. In. SCHNEIDER. S. (Org.) **A diversidade da Agricultura familiar.** Editora da UFRGS, Porto Alegre, 2009. (219-243)

SANTANA FILHO, Lercio Souza. **A outra face da produção do espaço em Aracaju/Se:** o desenvolvimento da agricultura urbana, seus impasses e contradições. Núcleo de Pós-Graduação em Geografia. Universidade Federal de Sergipe. São Cristovão/Se, 2010. (Dissertação de Mestrado)

SANTANA, M. T.; DANTAS, N. V.; SANTOS, Y. B.; MENEZES, Sônia de Souza Mendonça. Espacialização da Feira de Itabi: História, Fluxos, Redes de Comercialização e Sociabilidade. **Scientia Plena Jovem**, v. 4, p. 32-40, 2015.

SANTOS, Paulo César de Holanda. **Na feira livre tem muito mais do que se vê e do que se ouve: etnografia da feirinha do Jacintinho na cidade de Macéio-Al.** Universidade Federal de Sergipe, São Cristovão, 2014. (Dissertação de Mestrado, 111 páginas).

SANTOS, Milton. **O espaço dividido:** os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos. 2ª Ed. São Paulo: Edusp. 2004.

_____. **Pensando o espaço do homem.** 2. ed. São Paulo: Hucitec, 1986.

_____. **Por uma outra globalização:** do pensamento único à consciência universal. 6ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2001.

_____. **A natureza do espaço:** técnica e tempo, razão e emoção. 4 ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2006

SAQUET, Marcos A. **Os tempos e os territórios da colonização italiana.** Porto Alegre: EST edições, 2003.

SAQUET, Marcos Aurélio. SPOSITO, Eliseu Sávio. Território, territorialidade e desenvolvimento: diferentes perspectivas no nível internacional e no Brasil. In: ALVES, Adilson Francelinoi. CORRIJO, Beatriz Rodrigues. CANDIOTTO, Luciano Zanetti Pessoa (org.). **Desenvolvimento territorial e agroecologia.** São Paulo: Expressão Popular, 2008. p.15-32

SAQUET, Marcos Aurélio. Por uma abordagem territorial das relações urbano-rurais no Sudoeste paranaense. In: SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão; WHITACKER, Arthur Magon.

(Org.). **Cidade e campo: relações e contradições entre urbano e rural**. São Paulo: Expressão Popular, 2006. p.157-186.

_____. Por uma abordagem territorial. In: SAQUET, Marcos Aurélio; SPOSITO, Eliseu Sávio. **Territórios e territorialidades: teorias, processos e conflitos**. São Paulo: Expressão Popular: UNESP, 2009. p.73-94.

_____. **Abordagens e concepções de território**. 2. ed. São Paulo: Expressão Popular, 2010.

_____. Contribuições teórico-metodológicas para uma abordagem territorial multidimensional em Geografia Agrária. In: SAQUET, Marcos Aurélio; SUZUKI, Júlio César; MARAFON, Gláucio José. (Org.). **Territorialidades e diversidade nos campos e nas cidades latino-americanas e francesas**. São Paulo: Outras Expressões, 2011. p.209-226.

_____. Territorialidades, relações campo-cidade e ruralidades em processos de transformação territorial e autonomia. **Campo-território: revista de geografia agrária**. Edição especial do XXI ENGA-2012, p.1-30, jun. 2014. Disponível: <<http://www.seer.ufu.br/index.php/campoterritorio/article/view/26896/14606>>. Acesso: 27 jul. 2015.

SERPA, Angelo. **Espaços culturais: vivências, imaginações e representações**. SciELOEDUFBA, 2008.

SIQUEIRA, Rosana Rocha. Dinâmicas varejistas e suas influências na oferta de alimentos tradicionais: o caso da feira de Lagarto/SE. In: **Anais: II Seminário Sobre Alimentos e Manifestações Culturais Tradicionais I Simpósio Internacional Alimentação e Cultura: aproximando o diálogo entre produção e consumo** Universidade Federal de Sergipe. São Cristóvão/SE 2014.

SOUZA, Elza Coelho de. “Feira de gado.” In: INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Tipos e aspectos do Brasil**. 10 eds. Rio de Janeiro: IBGE, 1946.

SOUZA, Marcelo Lopes de. Os conceitos fundamentais da pesquisa sócio-espacial. Rio de Janeiro: Bertrand, 2015.

SOUZA, I. S. **Mandiocultura, Produção do Espaço e Pequena Produção Familiar no Município de Lagarto/SE**. Dissertação de Mestrado em Geografia. Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2011.

TAVARES, Dulcilene Santos; VIEIRA JUNIOR, Almir Souza. Abordagens sobre a expansão comercial e econômica da cidade de Lagarto-Se. **Revista Eletrônica da Faculdade José Augusto Vieira**. Ano V –nº07, setembro 2012. p. 1-19.

TEDESCO, João Carlos. O futuro do passado: comercio em feiras, vida rural e tradições culturais. Alguns apontamentos. ZANINI, Maria Catarina Chitolina (Org). In: **Mercados, campesinato e cidades: abordagens possíveis**. São Leopoldo: Oikos, 2015 (E-book) 220 páginas.

TEXEIRA, Patrícia Godoia Garcia de; Oliveira, Débora Paula de Andrade; Mendes, Geisa Flores. Revisitar a memória, pensar o lugar: o mercado municipal de artesanato como lugar de memória em Vitória da Conquista – BA. **Anais: XII Colóquio Nacional e V Colóquio Internacional Museu Pedagógico**. Setembro – 2017. Disponível em: http://periodicos.uesb.br/index.php/cmp/article/viewFile/6866/pdf_558

VARGAS, Maria Augusta Mundim. Festas patrimônio: os ciclos junino e natalino de Sergipe. **Ateliê Geográfico** - Goiânia-GO, v. 8, n. 2, p.252-273, agosto/2014.

VEDANA Viviane, **Fazer a Feira**: estudo etnográfico sobre as artes de fazer de feirantes e fregueses da feira livre da Epatur no contexto urbano de Porto Alegre, RS. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social). Instituto de Filosofia e Ciências Humanas Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2004, p. 1-251.

VEDANA, Viviane. Técnicas corporais e ritmos do trabalho nos mercados de rua:um ensaio sobre a relação entre gestos corporais e atos de fala. In: ZANINI, M. C.C.; SANTOS, M. O. **Feiras, feirinhas e feirões: a “economia dos centavos” em foco**. São Leopoldo: Oikos, 2017.

WAGNER, Philip L.; MIKESELL, Marvin. Os temas da Geografia Cultural. In: CORRÊA, Roberto Lobato; ROSENDAHL, Zeny. **Introdução à Geografia Cultural**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.p.27-61.

WEDIG, Josiane Carine; MENASCHE, Renata. Práticas alimentares entre camponeses: expressão de relações familiares e de gênero. In: Delma Pessanha Neves; Leonilde Sérvolo de Medeiros. (Org.). **Mulheres camponesas: trabalho produtivo e engajamentos políticos**. Niterói: Alternativa, 2013.

WILLIAMS, Raymond. O campo e a cidade na história e na literatura. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

WOORTMANN, Ellen. **Herdeiros, parentes e compradres**. São Paulo: Brasília: Hucitec/EDUNB, 1995.

_____ & WOORTMANN, Klaas. **O trabalho da terra: a lógica e a simbólica da lavoura camponesa**. Brasília: Ed. Unb, 1997, 192p.

ZANINI, M. C.C.; SANTOS, M. O. **Feiras, feirinhas e feirões: a “economia dos centavos” em foco**. São Leopoldo: Oikos, 2017.

APÊNDICES

ROTEIROS DE ENTREVISTAS

Roteiro 1: Feirante

Data do preenchimento do questionário: ____/____/____ N° do questionário

1- Nome: _____

1.1- Idade: 18 – 25 (); 25 – 32 (); 32 – 39 (); 40 – 47 (); 48 – 55 (); 56 – 64 (); acima de 65 anos

1.2- Sexo: Masc. () Fem. ()

1.3- Escolaridade: Não Alfabetizado () Alfabetizado ()
 Ensino Fundamental () completo ()incompleto
 Ensino Médio () completo ()incompleto
 Ensino Superior () completo ()incompleto

1.4- Naturalidade _____

1.4.1- () Zona rural () Zona urbana

1.5- Residência _____

1.5.1- () Zona rural () Zona urbana

2.0- Se for de outro município, por que resolveu atuar nessa feira?

2.1- Há quanto tempo trabalha nesta feira?

1 – 5 (); 6 -10 (); 11 – 15 (); 16 – 20 (), 21 – 25 (); 26 – 30 (); acima de 30 anos ()

2.2- Qual horário costuma iniciar suas atividades na feira e qual horário encerra?

2.3- O Sr. (a) vende na feira toda semana?

Sim () Não ()

2.4- Trabalha apenas na feira desse dia?

() Sim () Não

2.4.1- Se não cite as principais diferenças observadas nos diferentes dias da feira.

2.5- Quantos pontos de vendas o Sr.(a) possui?

1 (); 2 (); 3 (); 4 (); 5 (); acima de 5 ()

2.6- Vende em outras feiras?

Sim () Não ()

Se

sim

quais:

2.7- Além da feira exerce outra atividade? Se sim qual?

Sim () Não () _____

2.6.1- Se sim possui carteira assinada?

- () Sim () Não
- 2.8- A renda adquirida na outra atividade é inferior ou superior a adquirida na feira?
() Sim () Não
- 2.9- Quais produtos comercializa?
() frutas () verduras () calçados () vestuário – cama- mesa e banho () cereais () carnes
() alimentos; Outros: _____
- 2.8.1- Porque comercializa este tipo de produtos?

- 3.0- Fale sobre o passado e o presente dessa feira.

- 3.1- Sabe qual os principais motivos da mudança na feira?

- 3.2- Cite os principais atrativos da feira desse município?

- 3.3- Essa feira é importante na geração de renda local? Por que?

- 3.4- Qual a renda obtida com a comercialização dos produtos na feira durante o mês?
() Até 1 salário mínimo () Entre 3 e 4 salários mínimos
mínimos () Entre 1 e 2 salários mínimos () Acima de 4
Salários mínimos () Entre 2 e 3 salários mínimos
- 3.5- Os produtos vendidos são produzidos pelo (a) senhor(a)?
() Sim () Não
Se sim, em qual município produz?
Se sim, a família participa na produção?
Se não, onde adquire os produtos? _____
- 4.0- Além do Sr. (a), mais alguém da família produz e comercializa esses produtos nessa feira ou em outra feira? Sim () ; Não ()
Se sim, qual? _____
- 4.1- Na sua família, o senhor tem parentes que também eram feirantes?
() Sim () Não _____

4.2- Qual meio de transporte utilizado para vir à feira?

Carro próprio (); Carro fretado (); Transporte público ()

4.3- Quem trabalha na banca?

Família () quant. (); Contratados () quant. ()

4.4- O que lhe motiva a continuar exercendo a atividade de feirante?

5.0- Para senhor (a), o supermercado veio alterar as relações sociais e econômicas do lugar?

6.0- Está satisfeito com as vendas?

Sim () Não ()

6.1- Se não cite os motivos da insatisfação.

7.0- RELAÇÃO PARA COM OS FREGUESES E OS OUTROS FEIRANTES

7.1- Os fregueses são fixos ou variam muito?

Fixo () Variável ()

7.2- Qual a faixa etária dos consumidores?

() Jovens () Adultos () Idosos

7.3- As vendas são realizadas somente a dinheiro?

() sim () não

7.4- Se não () na caderneta () a cartão () outros

Fale sobre a forma de pagamento e as relações de confiança entre feirantes e fregueses.

ORGANIZAÇÃO E SIGNIFICADO DA FEIRA

8.0- Quem decide a localização da banca?

() Órgão público () proprietário

8.1- Quais os problemas existentes com a venda dos produtos e na feira?

8.2- Quais mudanças o Sr. (a) gostaria que ocorresse para acabar com esses problemas?

8.3- O (a) senhor (a) paga alguma taxa para utilização da barraca?

() sim () não

Se sim quanto? _____

8.4- Quais são suas ferramentas de trabalho utilizadas na feira?

8.5- Você compra algum material para trabalhar na barraca?

8.6- Existe algum período de ano em que há aumento das vendas dos produtos que comercializa?

() Sim () Não

8.6.1- Se sim qual o período? _____

8.7- Quais as vantagens de trabalhar em trabalhar na feira?

8.8- Qual o nível socioeconômico dos consumidores da feira?

() pobre () classe média baixa () classe media alta

8.9- Os consumidores dessa feira são oriundos:

() Da sede municipal () Da zona rural () De outros municípios () Não sabe

Por que eles compram nessa feira?

8.10- O que a feira representa para o/a Sr. (a)?

Roteiro 2: Consumidor/freguês

Data do preenchimento do questionário: ____/____/____ N° do questionário

Nome: _____

Procedência: _____

1.6- Idade: 18 – 25 () ; 25 – 32 () ; 32 – 39 () ; 40 – 47 () ; 48 – 55 () ; 56 – 64 () ; acima de 65 anos

1.7- Sexo: Masc. () Fem. ()

1.8- Escolaridade: Não Alfabetizado () Alfabetizado ()
Fundamental () completo () incompleto

Médio () completo () incompleto

Superior () completo () incompleto

1.9- Especialidade da banca _____

2. HÁBITOS DE CONSUMO:

2.1. O Sr (a) vem todas as semanas à feira? Sim () Não ()

2.2. Quais os tipos de produtos adquirem na feira?

2.3- Por que o (a) Sr. (a) adquire e consome esses produtos na feira?

2.4- Consumir os produtos da feira recorda algo ou algum momento de sua vida?

2.5. Quais os critérios utilizados para escolher um produto na feira?

2.6- Quais são as mudanças que o (a) Sr. (a) observa na feira? O que mudou? Fale sobre as mudanças...

2.7 O (a) Sr. (a) vem à feira só para comprar? Sim () Não ()

Se não cite outros motivos _____

2.8 O que o motiva comprar na feira?

() preços () hábito () outros _____

2.9- Além da feira consome estes produtos em outro lugar?

() açougue () padaria () mercearia () supermercado () outros _____

2.10 O que significa a feira para o senhor (a)?

2.11- Compra os produtos sempre nas mesmas barracas?

Sim freguês fixo () Não freguês variável ()

2.11.1- Se não cite os motivos pelos quais muda os locais de aquisição de produtos.

3.0- A sua decisão de compra é influenciável?

() compra o essencial () tudo que é oferecido

4.0- Há quanto tempo frequenta a feira desse município? Por que?

5.0- Prefere comprar no início da feira ou no final? Por que?

6.0- O que mais lhe atrai nessa feira?

7.0- Vem a feira quais dias da semana? Por que?

8.0- O que você pensa a respeito da estrutura dessa feira?

9.0- Qual o meio de transporte utilizado para vir a feira?

Carro próprio (); Carro fretado (); Transporte público ()